

# Las manifestaciones de la imagen social en Facebook

*Un estudio de interacciones seleccionadas en español.*

Siv A. Hagland



Masteroppgave i spansk språk  
Institutt for litteratur, områdestudier og europeiske språk  
Humanistisk fakultet  
Veileder: Cecilia Alvstad

UNIVERSITETET I OSLO

15.11.2012



# **Las manifestaciones de la imagen social en Facebook**

**Un estudio de interacciones seleccionadas en español.**

© Siv A. Hagland

2012

Las manifestaciones de la imagen social en Facebook

Siv A. Hagland

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

# Sinopsis

En este análisis de interacciones en español seleccionadas de Facebook investigaré los modos en que el concepto de imagen social se manifiesta. En mi análisis pondré particular énfasis en los actos que amenazan la imagen y los actos que refuerzan la imagen, y en cómo los emisores expresan sus deseos (face wants) al elaborar sus imágenes sociales por medio de sus enunciados. La investigación de las interacciones será llevada a cabo mediante un análisis cualitativo. Además de averiguar el modo en que los interlocutores trabajan su propia imagen en las interacciones, analizaré cómo interactúan entre sí, utilizando estrategias de cortesía como actos amenazantes a la imagen (AAI) y actos reforzantes a la imagen (ARI).

Uno de los hallazgos más importantes del presente estudio descansa en el hecho de que, en las interacciones seleccionadas, el empleo de actos reforzantes a la imagen (ARI) es más común que los actos que amenazan a la imagen (AAI). Es probable que este fenómeno se deba a la “naturaleza” íntima y personal que caracteriza a Facebook. Es evidente, además, que los usuarios de las interacciones estudiadas usan Facebook como un escenario, en donde refuerzan la imagen del otro para subrayar la unión del grupo (in-group) delante de un público, constituido por el resto de los oyentes del mismo medio.



# Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer profundamente a mi tutora Cecilia Alvstad, por sus buenos consejos, por su gran ayuda, y por animarme a seguir avanzando con el trabajo de la tesina. Ha sido un placer tener la oportunidad de participar en sus grupos de tutoría.

Quiero expresar mi gratitud a las otras chicas del grupo de tutoría, fue buenísimo poder compartir con ustedes esta experiencia de escritura.

Muchas gracias a Øyunn Rishøi Hedemann por dejarme asistir a su curso de pragmática como oyente.

Agradezco también a los amigos guatemaltecos y chilenos que me dejaron analizar sus interacciones de Facebook.

A los estudiantes en el piso octavo en Niels Treschows hus. ¡Qué bien lo pasamos en los dos últimos años!

A mi familia, muchísimas gracias por apoyarme siempre. En especial quiero expresar mi gratitud a Aud Tho, Audhild M. Tho & Karl Edvard Aronsen, Terje Hagland & Kari Holmås, Ragnvald Tho Hagland & Li Zhang, Signe Sofie Holmås Hagland y Samer Deirawi.

Muchas gracias les debo también a John William Glad, a Safia Haidari, a José María Izquierdo y a Camila Flynn.





# Índice

1	Introducción .....	1
1.1	Introducción al tema .....	1
1.2	Estado de la cuestión .....	2
1.3	Objetivo .....	3
1.4	Material.....	3
1.5	Disposición .....	4
2	Fundamento teórico.....	5
2.1	La pragmática .....	5
2.2	La cortesía.....	6
2.3	El concepto de imagen social .....	8
2.4	Los actos que amenazan a la imagen.....	10
2.5	Los actos que refuerzan a la imagen.....	13
2.6	Vocativos que parecen insultos .....	14
3	Material y método .....	16
3.1	Características del corpus .....	16
3.2	Dificultades metodológicas .....	18
3.2.1	La subjetividad del investigador .....	18
3.3	NSD .....	19
3.3.1	Las comunicaciones de los informantes .....	19
4	Interacciones reforzantes a la imagen (ARI).....	21
4.1.1	Apoyo con un toque de humor .....	21
4.1.2	Creando cercanía .....	23
4.1.3	El empleo de ARI entre hermanas.....	24
4.1.4	Mostrando afecto.....	26
4.1.5	Cercanía de amigos .....	27
4.1.6	Animando al otro.....	28
4.1.7	Mostrando solidaridad.....	29
4.1.8	Solidaridad explícita.....	30
4.1.9	Solidaridad grupal .....	32
4.1.10	Solidaridad de amigos .....	35
4.1.11	Solidaridad de compatriotas .....	36

4.1.12	Los doble sentidos.....	37
4.1.13	Violación de las máximas de cooperación .....	39
4.1.14	Mostrando entusiasmo.....	42
4.1.15	Apoyo pensativo.....	42
4.1.16	Apoyo fraternal .....	43
4.1.17	Subrayando la unión del grupo con un aparente insulto .....	46
4.1.18	Otro insulto que refuerza la imagen .....	49
4.1.19	ARI conteniendo un vocativo que parece un insulto.....	51
4.1.20	El empleo de anglicismos.....	52
4.1.21	Usando anglicismos II.....	53
5	Interacciones que contienen actos amenazantes a la imagen (AAI) .....	56
5.1.1	Alegría por el mal ajeno .....	56
5.1.2	Creando ambigüedad.....	57
6	Interacciones que contienen tanto actos amenazantes a la imagen (AAI) como actos reforzantes a la imagen (ARI) .....	60
6.1.1	La amenaza atenuada .....	60
6.1.2	Amenaza instantánea, apoyo inesperado.....	62
6.1.3	Apoyo inesperado.....	63
6.1.4	El voseo chileno y los AAI .....	65
7	Conclusión.....	68
7.1	La elaboración de un “sí mismo” .....	68
7.2	Los ARI predominan en las interacciones .....	69
7.3	Los hombres usan más AAI que las mujeres.....	70
7.4	La ambigüedad de los enunciados .....	71
	Bibliografía.....	72
	Apéndice.....	74

# 1 Introducción

## 1.1 Introducción al tema

Este trabajo constituye un estudio pragmático-lingüístico de interacciones en español extraídas de Facebook. Usaré teorías de cortesía, con énfasis en las que tratan el tema de la *imagen social (face)*<sup>1</sup>. Investigaré cómo los usuarios de Facebook aplican la cortesía, y cómo construyen su imagen social en sus interacciones, tanto a nivel individual como a nivel de grupo. Averiguaré en qué grado los usuarios cuidan y amenazan la imagen social del otro. Indagaré, además, en cómo los interlocutores de las interacciones comunican su identidad y pertenencia a determinados grupos sociales a través de sus enunciados y elecciones lingüísticas.

Para empezar, presentaré tres definiciones básicas que tienen relevancia para este estudio: *La pragmática, la cortesía y la cortesía lingüística*. Seguiré las definiciones de pragmática y de cortesía presentadas por M. Victoria Escandell. Ella afirma que la pragmática es

[...] el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario (2008: 15-16).

Escandell añade que la pragmática es “una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje” (2008: 16). En el corpus de este estudio, que constituye una selección de interacciones de los “muros” de Facebook, observaré los factores extralingüísticos que menciona Escandell, que en sus palabras son “precisamente todos aquellos factores a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical: nociones como las de emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto verbal, situación o conocimiento del mundo [...]” (2008: 16). Compartiendo esta concepción de Escandell y aplicándola al corpus de este trabajo, se puede decir que en Facebook, los factores extralingüísticos son aquellos que determinan cómo los usuarios usan el lenguaje en sus

---

<sup>1</sup> Ver definición en el apartado 1.2. En español, el concepto “face” se ha traducido al término “imagen” (Calsamiglia y Tusón, 2007: 150), a “imagen social” (Landone, 2009: 29), y al término “imagen pública” (Escandell, 2008: 154). En este trabajo emplearé tanto “imagen social” como “imagen”.

interacciones en contextos distintos. La misma autora explica que la cortesía es “[...] un conjunto de normas sociales establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras” (2008: 142). La *cortesía lingüística* es un concepto que se estudia dentro de la pragmática, y seguiré la definición de Calsamiglia y Tusón, que afirman que se centra en el “[...] comportamiento verbal y la elección de determinados indicadores lingüísticos de cortesía” (2007: 151). El método de este trabajo se basará en la observación y el análisis cualitativo de interacciones españolas en Facebook, desde una perspectiva pragmática-lingüística. El corpus se delimita a interacciones que proceden de usuarios que están alcanzables a través de mi propio acceso a Facebook. Usar “todo” Facebook como corpus no es una opción, ya que cada usuario decide qué información quiere hacer visible para otros usuarios, y por lo tanto, ni yo ni nadie tiene acceso a toda la información que está compartida en Facebook.

Tanto mi acceso a Facebook, como el acceso de muchas otras personas, es multilingüe. Esto implica que muchos usuarios no siempre escriben en su primera lengua. Si bien el énfasis estará puesto en los enunciados españoles, en mi análisis además ocurren algunos ejemplos de interacciones que consisten de una mezcla de español e inglés.

## 1.2 Estado de la cuestión

Facebook todavía se puede considerar como un medio nuevo. Por tanto espero que este estudio pragmático-lingüístico pueda contribuir a aumentar el conocimiento sobre cómo los usuarios de este medio usan cortesía, y cómo trabajan para mantener su imagen social según con quién comunican, además de ver cómo refuerzan o amenazan la imagen social del otro. Todavía no existen muchos libros que traten el uso de cortesía en Facebook. No obstante, cabe mencionar algunos estudios actuales que abordan temas semejantes, tales como la tesis doctoral de Juan Carlos Díaz Pérez (2012): “Pragmalingüística del disfemismo y la descortesía. Los actos de habla hostiles en los medios de comunicación virtual.”. También puedo mencionar una tesina que se presentó en Estocolmo en el año 2012 por Cajsá Plaza, que trata del chat: “La comprensión del lenguaje del chat: ¿Es cuestión de dominio de la lengua o de la edad?”. Véase además el libro de Ana Mancera Rueda (2011), *¿Cómo se*

*"habla" en los cibermedios? : el español coloquial en el periodismo digital*, que trata el lenguaje coloquial que se usa en los medios digitales.

## 1.3 Objetivo

El objetivo del presente trabajo es determinar las características de la imagen social en Facebook. Investigaré cómo se manifiesta el uso de este concepto en conversaciones seleccionadas y se delimita a interacciones en las cuales la lengua predominante es español. Imagen social es un concepto creado por Goffman, y desarrollado por Brown y Levinson. Para Goffman, la imagen social constituye “[...] el valor social positivo que una persona reclama para sí mismo, según la línea que los otros asumen que él ha tomado durante un contacto en particular” (2005: 5). Se puede decir que la imagen social representa la imagen que uno construye en la interacción con *el otro*<sup>2</sup>, y también la necesidad de tener en cuenta la imagen del otro. En mi análisis pondré especial énfasis en los actos que amenazan a la imagen y los actos que refuerzan a la imagen, y en el modo en que los emisores expresan sus deseos (face wants) al elaborar sus imágenes sociales a través de sus enunciados.

## 1.4 Material

Como ya mencioné en la parte 1.1, el corpus de este estudio está constituido por veintisiete interacciones en español seleccionadas de Facebook, a partir de las cuales determinaré cómo los usuarios construyen su imagen social en la interacción con otros participantes. La elección de este ángulo teórico se debe al impacto que la llegada de Facebook produjo en las maneras de mostrar pertenencia a grupos y de construir una imagen social. Son pocos los lugares en donde los usuarios pueden construir una propia representación de la identidad (Landone, 2009: 29) tal y como lo hacen en Facebook. Pueden mostrar sus rasgos y cualidades

---

<sup>2</sup> Ashcroft, Griffiths y Tiffin definen el concepto *otredad* de esta manera: “In general terms, the “other” is anyone who is separate from one’s self. The existence of others is crucial in defining what is normal” and in locating one’s own place in the world” (Ashcroft, Griffiths y Tiffin, 2000: 154). Comparto la noción de otredad como una manera de verse separado de los demás. Pienso que tienen razón si con la frase “in locating one’s own place in the world” los autores se refieren a una manera de distanciarse de algún grupo social de una sociedad para definirse a uno mismo como individuo.

preferidas, y ocultar las cualidades menos favorables para reforzar la imagen social que desean presentar. El concepto en cuestión parece ser relevante para el presente estudio, porque se puede imaginar a Facebook como un escenario, donde los usuarios escogen una “línea”<sup>3</sup> enunciativa, con la cuál construyen su imagen en las interacciones. Facebook tiene un carácter abierto, accesible e internacional, que permite una construcción instantánea de relaciones con muchas personas.

Como dije antes, Facebook es un espacio de interacción novedoso, con características que aún no han sido identificadas en otros estudios. Al estudiar interacciones en Facebook, espero poder profundizar el conocimiento sobre el concepto de imagen social. La razón se debe a que Facebook permite que el mismo concepto se presente en una nueva manera, debido sobre todo a sus rasgos particulares: cada vez más personas tienen acceso a su perfil de Facebook, ya sea desde sus celulares y/o sus computadoras, pudiendo presentar, construir, preservar y eliminar un número amplio de imágenes sociales en un contexto internacional. Facebook facilita la interacción entre muchas personas distintas, y por tanto el concepto de imagen social es relevante.

## 1.5 Disposición

Este trabajo se divide en las siguientes partes: El presente capítulo 1 en el cual he presentado el tema, el objetivo y la relevancia del estudio. Para ello he incluido algunas teorías centrales a modo de introducción. He presentado, además, el estado de la cuestión. En el capítulo 2 trataré las teorías que constituirán el fundamento para el análisis. Describiré el método en el capítulo 3. Presentaré los hallazgos del análisis en los capítulos 4, 5 y 6. El capítulo 7 contiene la conclusión de mi investigación, basada en los hallazgos que presento en los capítulos 4, 5 y 6.

---

<sup>3</sup> En su libro *Interaction Ritual*, Erving Goffman explica que en cada encuentro social, cada persona tiene una *línea*, que puede ser explicado como “un patrón de actos verbales y no verbales, con el cuál expresa su percepción de la situación y a través de aquella determina cómo evalúa a los demás personas, y sobre todo cómo evalúa a sí mismo” (Goffman, 2005: 5).

## 2 Fundamento teórico

### 2.1 La pragmática

El enfoque del presente estudio es indagar en cómo el concepto de imagen social, proveniente del campo de la cortesía, se manifiesta en las interacciones en Facebook. Es necesario, por tanto, recurrir a la pragmática lingüística, que nos da las herramientas para analizar la cortesía y entender el origen del concepto de imagen social. La pragmática constituye el marco teórico de este estudio. Graciela Reyes la define como “[...] una subdisciplina lingüística, y su objeto el significado del lenguaje en uso” (2009: 23). Comparto esta noción de que la pragmática se refiere a los factores que determinan el uso del lenguaje, y son precisamente aquellos factores en los cuales se basa el presente estudio. La definición de Reyes está, además, en concordancia con la definición de Victoria Escandell, que se vio en la introducción de este trabajo<sup>4</sup>.

Mientras que las reglas gramaticales se han utilizado durante miles de años, el campo de la pragmática es relativamente nuevo. Graciela Reyes afirma que “[...] la pragmática es el primer intento de hacer, dentro de la lingüística, una teoría del significado de las palabras en su relación con hablantes y contextos” (2009: 8). Se puede entender, por tanto, que la pragmática es mucho menos concreta que las reglas de la gramática, y que exige un mayor grado de interpretación de las condiciones extralingüísticas que determinan el uso del lenguaje. En Facebook, por ejemplo, es posible afirmar que el contexto juega un papel clave a la hora de determinar cómo se emplea el lenguaje en las comunicaciones: el discurso no se hace cara a cara, sino a través de un medio electrónico. Las interacciones tienen un carácter informal, y tienen además un *objetivo discursivo interaccional*, que es un término que presenta Victoria Escandell, quien además define a los discursos como “(...) dominados por la vertiente social” (2008: 183). Debido a las limitaciones del medio mismo, los intercambios de mensajes en Facebook suelen ser breves. Sin embargo, el carácter de Facebook habilita la espontaneidad en el cambio de turno en las interacciones. Se puede decir que Facebook ha propuesto una nueva forma de comunicarse, fuertemente determinada por el contexto de los usuarios. Del

---

<sup>4</sup> Ver cita en la página 1.

fragmento de Reyes antes citado es factible interpretar que todavía se discute qué es exactamente lo que el término pragmática abarca. A continuación estudiaré tanto el concepto de cortesía como otros términos complementarios provenientes de la misma noción, y presentaré a los teóricos de la cortesía que tienen suma relevancia para el presente estudio.

Tomando como base la definición de Schlieben-Lange (1987) de la pragmática como una “lingüística del diálogo”, la autora Elena Landone afirma que:

(...) el discurso siempre es dialógico, es decir, siempre existen interlocutores, reales o imaginarios, y es allí donde reside el hábitat de la pragmática. Bajo esta perspectiva, la comunicación es intrínsecamente dialógica, porque los hablantes constituyen su componente esencial: la palabra del emisor está orientada a un destinatario, y en la interacción es donde toma forma (2009: 132).

Respaldándome en la perspectiva de Landone, puedo afirmar que, en tanto un emisor enuncie algo en su “muro”, siempre habrá en Facebook destinatarios, reales o imaginarios. Esta idea tiene relevancia para el análisis del corpus del presente trabajo, dado que aporta una nueva dimensión al análisis de las interacciones seleccionadas en español.

## **2.2 La cortesía**

El concepto de cortesía es relevante para el presente estudio porque analizaré cómo los interlocutores en las interacciones seleccionadas de Facebook usan cortesía cuando interactúan entre sí. Comparto en este trabajo la opinión de la autora Victoria Escandell, que define la cortesía de este modo: “Puede concebirse [...] como un conjunto de normas sociales establecidas por cada sociedad que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras” (Escandell, 2008: 142). En todas las sociedades ocurren situaciones distintas que requieren diferentes tipos de conducta. Por ejemplo, entre amigos existen reglas de conducta que no necesariamente han sido pronunciadas por ellos pero que sin embargo se espera que sigan todos los miembros del grupo. De este modo, el equilibrio de la comunicación se mantiene, y se evitan conflictos al interior del grupo. En la mayoría de los casos, no se habla de la misma manera a un amigo cercano que a un abuelo o a un policía, ya que en este tipo de relaciones existen diferentes grados de cercanía. Al decir “tú” a una persona se comunica cercanía, mientras que con



“Usted” se comunica más distancia social. El estilo de cortesía varía según factores macro-sociales, que en palabras de Escandell se traducen en variables como “(...) edad, sexo, posición familiar...” (2008:143). Cada persona elige obedecer o no este tipo de normas, debiendo asumir las consecuencias de su desición. Una persona que no ha cumplido con las normas básicas puede encontrarse excluida del grupo, o en medio de una confrontación desagradable. La otra manera de entender qué es la cortesía, afirma Escandell, es observándola “como un conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar dichos conflictos” (2008: 145). Entre amigos, por ejemplo, si bien el registro comunicativo suele ser bastante informal, en el fondo existe una voluntad de evitar en la interacción temas que se sabe serían incómodos para algunos de los participantes.

En su libro *Explorations in Semantics and Pragmatics*, Geoffrey Leech amplía el modelo “El principio cooperativo” (The Cooperative Principle) elaborado por H.P. Grice en 1975, presentando su propio modelo, con términos que él considera más descriptivos (Leech, 1980: 11-12):

*The Cooperative Principle*

- a. *Maxim of QUANTITY (or “informativeness”)*  
Make your contribution as informative as is required.
- b. *Maxim of QUALITY (or truthfulness”)*  
Make your contribution one that is true.
- c. *Maxim of RELATION (or “relevance”)*  
Be relevant.
- d. *Maxim of MANNER (or “clarity”)*  
Be perspicuous, clear, unambiguous.

En el capítulo 4 del presente trabajo, mostraré ejemplos de cómo algunos de los interlocutores que interactúan en Facebook no contribuyen con enunciados relevantes a la interacción ya iniciada por otros emisores, vulnerando las máximas de Leech antes mencionadas.

En palabras de la autora Elena Landone, “[u]no de los temas más estudiados en la cortesía verbal es la relación interpersonal que se “activa” entre dos o más interlocutores. En detalle, se ha observado la regulación – a través de recursos lingüísticos – de la distancia social (...)” (2009: 47). Con respecto al mencionado tema de la relación interpersonal, respaldándose en Kerbrat-Orecchioni (1992, 1996), las autoras Calsamiglia y Tusón sostienen que “(...) hay, por un lado, un eje horizontal, a partir del que se puede medir la distancia y la proximidad entre las personas que interaccionan” (2007 (1999): 149). Ellas añaden que “[b]ásicamente hay que tener en cuenta el grado de conocimiento mutuo, la relación afectiva que las une y el tipo de situación en que se encuentran (formal, ceremonial, informal). Las mismas autoras explican que “[e]n principio, las relaciones horizontales, bien sean muy informales o muy formales, se dan entre iguales (socios, miembros de una pareja, presidentes, colegas, amigos). Aquí el estatus actúa en plano de la igualdad, sea éste alto o bajo (...)” (2007 (1999): 149). Calsamiglia y Tusón explican, además, que “[h]ay, por otro lado, un eje vertical, por el que se puede determinar la relación jerárquica, de dominante a dominado, de superior a inferior. Esta relación surge de las diferencias de edad, de estatus profesional, de clase social, de conocimientos adquiridos, etc. (...)”. (2007 (1999): 149). Respaldándome en las nociones de arriba de Landone, Calsamiglia y Tusón, en mi análisis de las interacciones de español seleccionadas de Facebook mostraré en los capítulos 4, 5 y 6 que todavía existe una variación con respecto a la distancia o cercanía social entre los interlocutores. Puedo constatar, no obstante, que las relaciones sociales amistosas en Facebook dominan en grado significativo por sobre las relaciones formales.

## 2.3 El concepto de imagen social

En el libro *Interaction Ritual*, el sociólogo Goffman estudia el origen del concepto de imagen social (face) en la sociedad anglo-americana: “[T]he phrase “to lose face” seems to mean to be in wrong face, to be out of face, or to be shamefaced” (2005 (1967): 9). Véase en la Real Academia Española una variante española de la expresión que investiga Goffman, que es *salvar la cara*: “En una situación desairada, lograr la anuencia ajena a una explicación que

preserve la propia dignidad o decoro”<sup>5</sup>. Elaborando el concepto, Goffman sostiene que la idea de imagen social comprende dos papeles:

[T]he self as an image pieced together from the expressive implications of the full flow of events in an undertaking; and the self as a kind of player in a ritual game who copes honorably or dishonorably, diplomatically or undiplomatically, with the judgemental contingencies of the situation (2005 (1967): 31).

De esta cita se puede interpretar que, por un lado, la imagen social asume para sí la línea<sup>6</sup> que el usuario ha elegido seguir en una situación determinada. Por otro lado, la imagen social anuncia lo que se puede mantener o perder en una situación, en base al grado de adecuación a las reglas de conducta apropiadas a dicha situación.

La autora Elena Landone explica sobre el concepto de imagen social que “(...) en cierto contexto comunicativo, cada hablante tiene una *imagen*, que no coincide propiamente con su identidad, sino que es una representación de la misma” (2009: 29). Partiendo de definiciones de Calsamiglia y Tusón (1999) y Bravo (1999), Landone afirma sobre el concepto de imagen social que “[m]etafóricamente, es como si el hablante fuera un personaje que entra en una escena (el contexto de la enunciación) con una máscara social para desempeñar un papel en cierta situación comunicativa” (2009: 29). Comparto este punto de vista de Elena Landone, y señalaré en el análisis de las interacciones seleccionadas de Facebook cómo el medio mismo de acuerdo con Landone en la cita de arriba es una “escena” en la cual los interlocutores elaboran sus imágenes sociales como si fueran máscaras sociales, para desempeñar papeles diferentes según el contexto enunciativo.

Goffman introduce el término *trabajar la imagen* (*face-work*)<sup>7</sup>, que según él constituyen “(...) the actions taken by a person to make whatever he is doing consistent with face. Face-work serves to counteract “incidents” – that is, events whose effective symbolic implications threaten face” (2005 (1967): 12). En los capítulos 4, 5 y 6 del presente trabajo introduciré varios ejemplos de cómo los interlocutores trabajan y elaboran su imagen social, de acuerdo

---

<sup>5</sup> (Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=perder cara](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=perder cara), consultado 07.05.2012)

<sup>6</sup> Ver definición en la nota número 3.

<sup>7</sup> Calsamiglia y Tusón traducen el concepto a “trabajar la imagen” (2007: 150) en español. En este estudio se prefiere emplear los términos españoles.

con la teoría de Goffman. Dicha teoría forma la base del modelo de Brown y Levinson, que se explicará en el siguiente capítulo 2.4.

Sobre el mismo concepto de imagen social, la autora Elena Landone afirma:

[L]os individuos invierten mucho esfuerzo, verbalmente hablando, en preservar, adaptar, restaurar y compensar su face. Dicho de otra forma, el hablante tiene un compromiso emocional muy fuerte con la imagen que la sociedad aprueba. El constructo face está constantemente en obras y necesita señales ritualizadas para esa labor de construcción. Entre los indicadores simbólicos de la imagen, los de tipo lingüístico son los que más concretamente regulan la relación entre imágenes. (2009 : 35).

De acuerdo con esta noción, mostraré cómo en Facebook los interlocutores trabajan y elaboran su propia imagen, a través del análisis de las interacciones que presentaré en los capítulos 4, 5 y 6. Landone sostiene sobre el concepto de imagen social de Goffman que es “(...) una propiedad de la sociedad – y por tanto socialmente negociable (enfoque sociocéntrico)” (2009: 31). De esta cita de Landone se puede interpretar que existe una dualidad relacionada al concepto de imagen social. Por un lado existe la imagen que el emisor elabora y quiere transmitir a los interlocutores mediante su enunciado y, por otro, el emisor es “regalado” una imagen que los destinatarios le construyen, a través de las respuestas a sus enunciados, ya sea con distancia o cercanía social, amenazas o cumplidos.

## 2.4 Los actos que amenazan a la imagen

El modelo de cortesía de Brown y Levinson es importante para este estudio por el papel central que juega en el análisis de las interacciones seleccionadas de Facebook. La autora Diana Bravo sostiene que el modelo de cortesía de Brown y Levinson “constituye el mayor logro conceptual en cuanto a una teoría de la cortesía” (2004: 17). En el presente trabajo se pondrá especial énfasis en el modelo de estos dos teóricos. Ellos parten del concepto de la imagen social de Goffman. Para introducir el modelo de los dos teóricos en este estudio, es necesario presentar otros dos términos clave. Brown y Levinson explican que el término *imagen negativa (negative face)*<sup>8</sup> representa “the want of every competent adult member that his actions be unimpeded by others” (1987 (1978): 62). De acuerdo con esta definición, la

---

<sup>8</sup> En español se ha traducido este término a imagen negativa (Calsamiglia y Tusón, 1993: 153).

imagen negativa expresa el deseo del individuo de mantener su individualidad. El concepto *imagen positiva* (*positive face*), según los mismos autores, constituye “the want of every member that his wants be desirable to at least some others” (1987 (1978): 62). Es decir que la imagen positiva expresa la necesidad del individuo de que sus acciones o posesiones sean apreciados o hasta deseados por uno o varios grupos determinados de personas. Estas definiciones constituyen el fundamento para el concepto clave de Brown y Levinson, que son los AAI (FTA)<sup>9</sup> o, *actos amenazantes a la imagen* (*face threatening acts*). En relación a ellos, Brown y Levinson explican lo siguiente: “[C]ertain kinds of acts intrinsically threaten face, namely those acts that by their nature run contrary to the face wants of the addressee and / or the speaker” ((1987 (1978): 65). En los capítulos 5 y 6 del presente trabajo se verán ejemplos de situaciones en las cuales algunos interlocutores no responden a los deseos<sup>10</sup> (face wants) del otro. Se trabaja, según los mismos autores, para minimizar los AAI mediante dos estrategias: la *cortesía positiva* (*positive politeness*) y la *cortesía negativa* (*negative politeness*)<sup>11</sup>. La cortesía positiva se define como “redress directed to the addressee’s positive face, his perennial desire that his wants [...] should be thought of as desirable” (1987 (1978): 101). Los mismos autores afirman (1987 (1978): 103) que la cortesía positiva incluye el referirse a un *terreno común*<sup>12</sup> (*common ground*), indicando, por ejemplo, que se tiene la misma pertenencia a un grupo, o se comparten los mismos deseos, valores y perspectivas. Las estrategias de la cortesía positiva se traducen en acciones como comunicar al otro que una meta o un objeto deseado son admirables o interesantes (1987 (1978): 103). Se puede comunicar que se pertenece al mismo grupo, haciendo referencia a la identidad grupal (*in-group*), a través de, por ejemplo, los saludos. Las diferentes maneras de saludarse develan mucho sobre las relaciones sociales, sobre todo sobre los grados de cercanía. Otras maneras de subrayar la unión del grupo es mediante el uso de nombres genéricos, lenguaje coloquial, un idioma específico o dialectos (1987 (1978): 107). La cortesía negativa constituye, en palabras de Brown y Levinson, “redressive action addressed to the addressee’s negative face: his want to have his freedom of action unhindered and his attention unimpeded” (1987 (1978): 129). Los mismos autores sostienen que la cortesía negativa “performs the function of

<sup>9</sup> En español se ha traducido FTA (face threatening acts en inglés) a actos amenazadores de la imagen, con la abreviatura AAI (Calsamiglia y Tusón, 1993: 153).

<sup>10</sup> Calsamiglia y Tusón han traducido el término *face wants* de Goffman a *deseos* en español (Calsamiglia y Tusón, 1993: 153), y prefiero emplear el término en español en este trabajo.

<sup>11</sup> Los dos términos han sido traducidos a cortesía positiva y cortesía negativa en español (Calsamiglia y Tusón, 1993: 156-157), los cuales se emplearán en este estudio.

<sup>12</sup> Calsamiglia y Tusón han traducido el término *common ground* de Goffman a *terreno común* en español (Calsamiglia y Tusón, 1993: 157), y en este trabajo prefiero emplear el término en español.

minimizing the particular imposition that the FTA unavoidably effects” (1987 (1978): 129).

Una estrategia típica de la cortesía negativa es, según Brown y Levinson, ser *convencionalmente indirecto*. Un ejemplo del uso de esta estrategia puede ser el añadir la expresión “por favor” al enunciado “pásame la sal”, para que éste no sea interpretado como una orden que amenaza a la imagen (AAI) del destinatario (1987 (1978): 132-133).

En internet se ha mostrado en un estudio de Susan Herring que los hombres tienden a valorar el uso de los AAI en discusiones en foros de internet en inglés. El estudio fue publicado en 1994, pero sin embargo tiene relevancia para este estudio.

En “Gender differences in computer-mediated communication: Bringing familiar baggage to the new frontier” (1994), Susan Herring analiza si las mujeres y los hombres comunican de manera distinta en foros de discusión en inglés en internet. Su investigación toma como punto de partida hallazgos de otros estudiosos, que señalaban que las diferencias de género se eliminan en comunicaciones en el internet, a diferencia de estas investigaciones previas muestra que las mujeres y los hombres de hecho tienen estilos diferentes cuando comunican en internet. Herring insiste en que mujeres y hombres tienen éticas comunicativas distintas, y, por lo tanto, en internet valoran muy distintos estilos de interacción:

My basic claim has two parts: first, that women and men have recognizably different styles in posting to the Internet, contrary to the claim that CMC [computer mediated communication] neutralizes distinctions of gender; and second that women and men have different communicative ethics – that is, they value different kinds of online interactions as appropriate and desirable (1994: 1).

Susan Herring añade que los hombres prefieren emplear actos amenazantes a la imagen (AAI) en sus interacciones, mientras que las mujeres prefieren atender los deseos del otro:

The female style takes into consideration what the sociologist Erving Goffman called the "face" wants of the addressee -- specifically, the desire of the addressee to feel ratified and liked (e.g. by expressions of appreciation) and her desire not to be imposed upon [...]. The male style, in contrast, confronts and threatens the addressee's "face" in the process of engaging him in agonistic debate (1994: 4).

Los hombres, según Susan Herring, tienden a provocar y discutir mucho más que las mujeres cuando interactúan: “The male style is characterized by adversariality: put-downs, strong,

often contentions assertions, lengthy and/or often frequent postings, self-promotion, and sarcasm” (1994: 3). Ella introduce el término *flaming* para definir el modo en que muchos hombres se expresan en internet: “[V]ariously defined as “the expression of strong negative emotion”, use of “derogatory, obscene, or inappropriate language”, and “personal insults”” (1994: 5). En este trabajo se empleará el término actos amenazantes a la imagen (AAI) de Brown y Levinson en lugar del término flaming. El concepto AAI parece ser más conocido y empleado hoy en día que flaming, y en este sentido, es más relevante para el análisis de las interacciones en Facebook.

## 2.5 Los actos que refuerzan a la imagen

La autora Catherine Kerbrat-Orecchioni explica que el modelo de Brown y Levinson ha sido criticado por ser limitado con sus AAI: “[S]e ha reprochado a esta teoría el reflejar una concepción excesivamente pesimista” (2004: 43). Por tanto, la misma autora introduce un concepto complementario<sup>13</sup>:

Es indispensable prever un lugar en el modelo teórico para esos actos que, de alguna manera, son la pendiente positiva de los FTAs, actos valorizadores de la imagen del otro, que proponemos llamar actos “agradadores” de imagen ([...] FFAs, por el inglés *face flattering acts*) (Kerbrat-Orecchioni, 2004: 43).

Señalaré en los capítulos de análisis en este trabajo que la mayoría de las interacciones seleccionadas de Facebook que analizo contienen ejemplos del uso de actos reforzantes a la imagen (ARI (FFA)), ya descritos por Kerbrat-Orecchioni en la cita de arriba. También se comparte en este estudio el punto de vista de Catherine Kerbrat-Orecchioni, que concluye que la cortesía involucra dos estrategias:

Todo acto de habla puede entonces ser descrito como un FTA, o un FFA, o un complejo de estos dos componentes. Correlativamente, dos formas de cortesía pueden distinguirse sobre esta base: la cortesía negativa, que consiste en evitar un FTA, o en suavizar su realización por algún procedimiento [...]; y la cortesía positiva, que consiste en realizar algún FFA, de preferencia reforzado [...] (Kerbrat-Orecchioni, 2004: 43-44).

---

<sup>13</sup> Kerbrat-Orecchioni ha introducido el término *face flattering acts* (FFA). En este estudio se emplea la traducción española de Calsamiglia y Tusón, que ellas han denominado los actos de refuerzo de la imagen, con la abreviatura ARI (1999: 159).

El concepto ARI de Kerbrat-Orecchioni es relevante para este estudio porque en las interacciones analizadas, los interlocutores tienden a reforzar la imagen del otro.

En el estudio ya referido de Susan Herring se muestra que las mujeres emplean actos de apoyo y atenuación en mayor medida que los hombres, en foros de discusión angloparlantes de internet. En el presente estudio se verá claramente que en Facebook no sólo las mujeres usan ese tipo de actos, sino que también son frecuentes entre los hombres. Según Herring, lo que define al estilo comunicativo femenino, caracterizable en función de los actos reforzantes a la imagen, es ser atenuador y apoyador:

The female-gendered style (...) has two aspects which typically co-occur: supportiveness and attenuation. `Supportiveness` is characterized by expressions of appreciation, thanking, and community-building activities that make other participants feel accepted and welcome. `Attenuation` includes hedging and expressing doubt, apologizing, asking questions, and contributing ideas in the form of suggestions (1994: 3).

El concepto de actos reforzantes a la imagen (ARI) que ha presentado Kerbrat-Orecchioni arriba, es el de los actos que las personas usan para responder a los deseos (face wants) del otro, mencionados por Susan Herring en la cita previa. En la parte del análisis en este trabajo, señalaré que en las interacciones seleccionadas en español, tanto mujeres como hombres emplean actos reforzantes entre sí, a diferencia de lo que demostró Susan Herring en su estudio de foros de discusión en inglés.

## 2.6 Vocativos que parecen insultos

En las interacciones de Facebook que analizaré en este trabajo, algunos interlocutores emplean *vocativos*<sup>14</sup> entre sí que parecen insultos, pero que sin embargo cumplen la función de reforzar a la imagen (ARI) del destinatario, y por tanto tienen relevancia en el estudio de la cortesía lingüística y la imagen social. En su artículo “Vocativos insultivos vs. Vocativos insultativos: Acerca del caso de boludo” (2003), Silvia Ramírez Gelbes y Andrea Estrada

---

<sup>14</sup> Según la Real Academia Española, el vocativo sirve para “(...) invocar, llamar o nombrar, con más o menos énfasis, a una persona o cosa personificada (...)” (<http://lema.rae.es/drae/?val=vocativo>, consultado el 14 de octubre de 2012).



parten de las teorías de cortesía de Brown y Levinson, cuando introducen el término *vocativo insultivo*, que luego comparan con el término *vocativo insultativo*:

La palabra insultativo, por su construcción, es un adjetivo del verbo “insultar” y por eso la hemos seleccionado para nombrar a los vocativos “que insultan”. La palabra “insultivo”, por su lado, parece formada sobre la base del verbo “insultar”, pero tiene una construcción impropia (le falta una sílaba) y por ello la creamos para nombrar a los vocativos “que parecen insultar” (2003: 339).

En referencia a la expresión *boludo* en Argentina, las mismas autoras explican:

“(L)lamaremos *insultivo* a la forma *boludo/boluda* que describimos como amistosa e *insultativo* a la forma *boludo/a* que se usa para insultar” (2003: 339). Sostienen que el insultivo es un “tipo de sustitución en la que subyace una prohibición (que, concretamente, todos los hablantes reconocen y por eso solo usan con interlocutores de muchísima confianza o muchísima confianza presupuesta” (2003: 339).

## 3 Material y método

En este capítulo explicaré los procedimientos que he seguido para llegar a saber más sobre cómo se manifiesta el concepto de imagen social en interacciones seleccionadas en Facebook en español, y cómo los usuarios emplean la cortesía en su comunicación, teniendo un énfasis particular en el uso de actos amenazantes a la imagen y actos reforzantes a la imagen.

### 3.1 Características del corpus

El corpus de la presente tesina constituye veintisiete interacciones de Facebook en español. La mayoría de los interlocutores son guatemaltecos y chilenos, que tienen alrededor de 20 a 40 años de edad. La mayoría de las interacciones son mixtas entre mujeres y hombres. Como se podrá ver en la parte analítica de esta tesina, los temas de las interacciones varían, y algunas veces los emisores comparten sus alegrías, otras veces sus tristezas.

El análisis que presentaré en los capítulos 4, 5 y 6 es de carácter cualitativo. El material ha sido recopilado a través de mi propio acceso a Facebook, informándoles a mis amigos hispanohablantes de Facebook, y además a sus amigos de Facebook que yo no conozco de antes, que quería analizar sus interacciones en sus “muros” en sus perfiles personales en Facebook.

Para los lectores que no tienen conocimiento sobre qué es Facebook, es una página web en la cual cada usuario crea su “perfil” personal. En esta página web el usuario publica fotos, tanto de sí mismo como de otras personas. La página contiene un llamado “muro”, que es un espacio en el cual tanto el dueño de la misma página como otros usuarios puedan escribir mensajes. Cada usuario decide si quiere tener un perfil personal público, o si prefiere tener restricciones en cuanto a quién puede ver sus fotos y sus interacciones con otras personas en su “muro”, o en el “muro” de otros usuarios. Cuando una persona ha creado su propio perfil de Facebook, manda invitaciones electrónicas a otros usuarios de Facebook, para que ellos formen parte de su red social en el medio, como “amigos de Facebook”. El grado de cercanía social entre los diferentes “amigos de Facebook” puede variar según cuál es la relación social entre ellos. En los “muros” de sus perfiles personales en Facebook, los usuarios tienen la

oportunidad de construir su imagen mediante su elección lingüística, que ellos intentan reforzar con una selección de fotografías que subrayan las cualidades que quieren comunicar a los demás.

Facebook es un medio particular por la manera en que comunican los usuarios entre sí. Un emisor comparte un mensaje en su muro, y el mismo mensaje puede tener cientos de oyentes, dependiendo del número de amigos que el emisor tiene en su lista de amigos. En este trabajo sobre interacciones en Facebook me apoyo en las observaciones de la autora Elena Landone. Ella explica que en muchos casos, el emisor de una interacción no tiene destinatarios predeterminados, sino que se expresa en un foro en el cual hay varias personas u oyentes que potencialmente podrían convertirse en destinatarios:

(...) en el momento que oyen la comunicación, se convierten en parte activa, aunque no fueran los destinatarios elegidos originariamente. Y en el momento en que el enunciador sabe que hay presencias, adaptará incluso radicalmente – su enunciado a ellas, aunque no lleguen concretamente a convertirse en intérpretes (2009: 50-51).

El concepto *presencias* que ella menciona es de Verschueren (2002). Elena Landone añade sobre las comunicaciones pragmática-lingüísticas que “(...) la comunicación es intrínsecamente dialógica, porque los hablantes constituyen su componente esencial: la palabra del emisor está orientada a un destinatario, y en la interacción es donde toma la forma” (2009: 132). Así, se ve que en muchos casos, los oyentes deciden si quieren ser destinatarios, convirtiéndose en destinatarios si toman la “palabra” y responden al enunciado del emisor.

El discurso en las interacciones en Facebook se caracteriza por su estilo de lengua escrita con muchos rasgos típicos de lengua oral. En el caso de las interacciones en Facebook, los usuarios usan un medio electrónico para comunicar en un espacio muy limitado. Se puede constatar que las interacciones de Facebook tienen un *objeto discursivo interaccional*, que en palabras de Escandell son “(...) dominados por la vertiente social” (2008: 183). De acuerdo con esta noción, observo que en muchos casos las interacciones en Facebook contienen errores ortográficos, pero ya que el discurso tiene el mencionado objetivo interaccional, parece ser que los usuarios le dan menos importancia a la ortografía de los enunciados, poniendo su enfoque en la interacción. Puesto que ponen menos énfasis en la ortografía, los interlocutores de las interacciones seleccionadas de Facebook parecen poder interactuar con

más eficacia, en el espacio limitado que constituye el muro del mismo medio.

## **3.2 Dificultades metodológicas**

En lo siguiente presentaré algunas dificultades que surgen al trabajar con la presente investigación de las interacciones de Facebook, tanto en relación con el análisis como en relación con los informantes.

### **3.2.1 La subjetividad del investigador**

La “naturaleza” de la pragmática lingüística requiere un alto grado de interpretación del corpus en cuestión, ya que el significado de los enunciados se determina por el contexto. En este trabajo, con las limitaciones que existen relacionado al contexto de las interacciones publicadas en Facebook, presentaré mis propias interpretaciones. Las interpretaciones que se hace desde el punto de vista de la pragmática-lingüística, siempre contendrán elementos de la subjetividad del investigador o del lector. Por lo tanto, habrá variaciones en cómo las personas interpretan a los ejemplos. Presentaré en los capítulos 4, 5 y 6 mis propias interpretaciones, pero es necesario tener en cuenta que no son las únicas, ya que se puede interpretar de varias maneras. Se puede hablar de un “doble sentido” en los enunciados, y como investigadora haré lo que pueda para interpretar el significado de ellos.

El análisis que se puede ver en los capítulos 4, 5 y 6 tiene algunas limitaciones en cuanto a la interpretación de las interacciones. Siendo investigadora y oyente, en la mayoría de los casos no conozco todos los detalles sobre el entorno y el contexto de los interlocutores. En muchas ocasiones no puedo saber cuál es la intención del emisor, o cuáles son las intenciones de los interlocutores, y cuál es la relación social entre ellos.

La investigadora debe, al interpretar una interacción, tener en cuenta su propia subjetividad, pero también la subjetividad del emisor en relación con su intención, que muchas veces se dirige a tan solo un par de destinatarios, aunque haya muchos oyentes, que constituyen sus amigos de Facebook. Además es necesario tener en cuenta la subjetividad del destinatario, que en una interacción de Facebook tendrá su propia interpretación del enunciado del emisor.

### **3.3 NSD**

Para proteger la identidad de los informantes en este estudio y cumplir con las reglas de NSD (El oficial de protección de datos para la investigación de las universidades noruegas), he sustituido todos los nombres de los participantes en las interacciones que se han analizado en este estudio. Véase el permiso de NSD de tratar el material de Facebook en el apéndice del presente trabajo.

En las conversaciones españolas que analizo en Facebook, la letra H indica que el interlocutor en cuestión es un hombre. Junto a la letra se pone un número que indica si es el primer hombre que participa, o el segundo o el tercero, etcétera. H1 sería, por tanto, el primer hombre en una interacción, H2 el segundo etc. La letra M sustituye a los nombres de las mujeres, como M1, M2, M3 etc.

#### **3.3.1 Las comunicaciones de los informantes**

Existe un riesgo que el hecho de que los informantes hayan sido informados sobre el presente proyecto y que analizaré sus comunicaciones, influya su estilo de expresarse en Facebook. Puede ser que eviten escribir algunas cosas que bajo otras condiciones hubieran compartido en Facebook.

Como se ha visto anteriormente, la imagen social es como una “máscara” social, en palabras de Elena Landone, que cada persona adapta para desempeñar un papel en una interacción, por ejemplo el papel de profesora, trabajador o de estudiante, como un “yo” social que se quiere que los otros vean. Esta “máscara” social se lleva a cabo mediante señales lingüísticas (Landone, 2009: 29). Las personas invierten mucha energía en elaborar su imagen social con la ropa, con el pelo y mediante una elección lingüística al hablar. Los interlocutores en una interacción se esfuerzan mucho para mantener, restaurar y proteger la imagen social de tanto sí mismo como al otro (Landone, 2009: 35) (Goffman, 2005 (1967): 12).

En los siguientes capítulos 4, 5 y 6 analizaré las diferentes maneras en que se ha manifestado el concepto de imagen social en las interacciones seleccionadas de Facebook. Las interacciones en cuestión están divididas en las siguientes categorías:

- Interacciones conteniendo interlocutores que cuidan la imagen social del otro, usando actos que reforzantes a la imagen (ARI).
- Interacciones conteniendo interlocutores que amenazan la imagen social del otro, usando AAI (actos que amenazan la imagen)
- Interacciones conteniendo tanto interlocutores que amenazan la imagen social del otro, usando tanto AAI (actos que amenazan la imagen) como interlocutores que refuerzan a la imagen social (ARI) del otro.

## 4 Interacciones reforzantes a la imagen (ARI)

En las interacciones seleccionadas de Facebook que analizo en este trabajo, se ve que el uso de actos reforzantes a la imagen (ARI) es más común que el empleo de actos amenazantes a la imagen (AAI). Obsérvese que en las interacciones de Facebook que analizaré en el presente capítulo, los actos reforzantes a la imagen son empleados tanto por hombres como por mujeres. En las interacciones que estudiaré a continuación también mostraré que la imagen del otro puede ser reforzada de maneras muy diversas.

### 4.1.1 Apoyo con un toque de humor

Presentaré en el siguiente fragmento un ejemplo en el cual un interlocutor refuerza a la imagen (ARI) del otro mediante el uso de una sola palabra. El interlocutor H1 responde al enunciado de la emisora M1 con un comentario breve y gracioso que puede admitirse como un comentario de apoyo.

La emisora M1 inicia la interacción compartiendo un dicho en su “muro” de Facebook. Se asume que es un dicho y no una expresión inventada por ella, dado que aparece entre comillas. Los dos interlocutores son guatemaltecos.

(1) M1: “El miedo toco a la puerta, salio a abrir la confianza y afuera no había nadie.”  
H1: Buenazo! (Facebook, el 26 de marzo de 2012)

Al compartir el dicho, la interlocutora M1 expresa mucho más que lo que ha escrito literalmente, estudiando su enunciado desde una perspectiva pragmática-lingüística, con la cual se enfoca en los elementos de los enunciados que van más allá del contenido semántico. Quizá su intención sea compartir el dicho porque le gusta y piensa que es gracioso, y porque además el tema probablemente refleje sus actitudes personales. En este sentido, ella usa el “muro” de Facebook como un “escenario”, en el cual puede mostrar sus valores a sus amigos.

En relación al contenido del dicho, podría decirse que funciona como una especie de manifiesto acerca de la superioridad de la confianza frente al miedo. De este modo, al compartir un consejo sobre cómo un sentimiento negativo puede remplazarse por otro positivo, M1 elabora una imagen social de persona sabia, fuerte y positiva. Como explica Landone en la cita en el apartado 2.3, la imagen social no equivale a la identidad, sino que es una representación de la misma.

El enunciado de M1 es contestado en clave humorística por el interlocutor H1, con su breve comentario “Buenazo!”. Al igual que con el dicho de la emisora M1, aquí también puede leerse algo más que el mero registro literal. Con el uso de H1 de tan sólo una palabra, se da la impresión al lector, entre otras informaciones pragmática-lingüísticas, que a H1 le ha gustado mucho el dicho de la emisora. También puede interpretarse que él se siente inspirado por el tono humorístico del dicho, y hace una elección lingüística que también es humorística, con el enunciado “Buenazo!”. El sufijo –azo se añade para mostrar que algo es grande, así que el vocablo significa “buenísimo”, en lugar de “bueno”. No obstante, “buenazo” es una construcción propia de H1. Con el enunciado, el interlocutor H1 refuerza a la imagen (ARI) de la emisora, implicando que le gusta mucho el dicho y que, además, comparte los valores allí expresados.

A través de la elección lingüística, H1 transmite otras informaciones pragmática-lingüísticas al lector. Al responder al enunciado de M1, él se convierte en el destinatario del enunciado de M1. Véase la cita de Landone en el apartado 3.1, en la cual explica que en muchas interacciones existen oyentes que potencialmente pueden convertirse en destinatarios si deciden tomar la palabra. La emisora M1 probablemente tenga cientos de potenciales destinatarios entre sus amigos de Facebook que, si no comentan su enunciado, por lo pronto permanecen oyentes. Al “tomar la palabra” H1 comunica a los demás oyentes en Facebook, y al lector, que él conoce suficientemente bien a M1 como para responder a su enunciado, y que entre él y M1 existe poca distancia social. Su elección lingüística denota el uso de una forma poco cortés, que requiere la existencia de cierta confianza entre ellos.



### 4.1.2 Creando cercanía

Mientras que en el ejemplo anterior se reforzaba a la imagen del otro mediante una sola palabra, en el siguiente ejemplo mostraré cómo se puede apoyar y reforzar a la imagen del otro mediante la creación de cercanía social. En una interacción entre dos guatemaltecas, la emisora M1 elabora la imagen de una luchadora que no se va a dar por vencida, aunque en la vida a veces le sucedan cosas difíciles. Se puede suponer que su intención es compartir su experiencia de vida con sus amigos de Facebook, y quizá también espere obtener reacciones de apoyo y ánimo de algunos de los oyentes. Se verá que es la interlocutora M2 quien la apoya con mencionados actos que refuerzan a la imagen (ARI).

(2) M1: A veces la vida te pone pruebas que te ponen muy triste y que tienes que aguantar por que así es la vida, solo espero que la tristeza se me pase pronto para poder seguir adelante con mi proyecto de vida, de futuro!!

M2: Así será querida amiga, sólo es un bache en la carretera de la vida, a veces es chico, grande, con fango... no importa, lo pasaras y seguirás hasta alcanzar tu destino. Besos, te quiero mucho (Facebook, 31 de mayo de 2012).

La interlocutora M2 muestra que está de acuerdo con la interlocutora M1 cuando le responde “Así será querida amiga”, y así apoya su actitud. M2 utiliza metáforas para animar a M1, diciendo que solamente se trata de un “bache en la carretera de la vida”, y que ese bache “a veces es chico, grande, con fango”. Con esta metáfora de la carretera expresa su particular visión de la vida, interrumpida a menudo por obstáculos, a veces pequeños y otras veces mayores. M2 refuerza la relación social con M1 y el impacto del enunciado llamándole “querida amiga”, ya que es una expresión que aporta cercanía, y despidiéndose con el saludo “Besos, te quiero mucho”. Revela de esta manera que ella es una persona cercana a M1. Mediante su elección lingüística, que connota la poca distancia social que hay entre ellas, la interlocutora M2 hace referencia a la identidad grupal, que ella forma junto a M1, como amigas íntimas. El enunciado de la interlocutora M2 es, en este sentido, un ejemplo del uso de actos que refuerzan la imagen (ARI) de la emisora M1. Simultáneamente, puede decirse que M2 elabora su propia imagen como amiga íntima de M1. Ella elige compartir su mensaje en el muro de Facebook, haciéndolo visible para los demás oyentes. Así, la elaboración de su imagen social como una buena amiga de M1 frente a un público constituido por los otros amigos de Facebook gana en impacto. En el contexto predeterminado por Facebook, este

grupo “externo” de amistades pueden observar que M1 y M2 son afortunadas, dado que comparten una amistad cercana.

### 4.1.3 El empleo de ARI entre hermanas

Dos hermanas guatemaltecas interactúan en el siguiente texto de Facebook. La una apoya a la otra con un ARI. Señalaré en la interacción de abajo una manera común de comunicar cercanía social en Guatemala, que es con el tratamiento de “usted” entre personas cercanas. La emisora M1 comparte en su muro de Facebook un dicho sobre una oruga que se transformó en una mariposa, justo después de lo que había pensado era su final. M1 expresa que le gusta mucho el dicho, y entonces lo transpola a la realidad. Puede suponerse que ella comparte este dicho en su muro de Facebook porque le ha sucedido algo en la vida que de algún modo encuentra eco en el dicho, o que conoce a alguien que ha atravesado una experiencia similar. Su intención detrás del enunciado podrá ser el querer expresar que la solución a problemas en apariencia irresolubles sí es posible. La emisora M1 elabora, así, su imagen de una persona a quien le ha pasado algo bueno después de pensar que no le volvería a suceder. El uso de muchas exclamaciones en su enunciado da a entender que ella tiene gran cantidad de energía positiva. M1 transmite, además, la imagen de una persona que cambió el papel de una persona desafortunada por el de una persona afortunada y feliz.

(3) M1: me encanta esta realidad!! “Y justo cuando la oruga pensó que era su final... Se transformó en Mariposa!!!

M2: me alegra esa forma de contar en el diario publico como le llamo al facebook con una metafora imaginamos como esta su vida y se que es buena....un abrazo ya pedi permiso pal jueves sale quedada con todo y chirises jajajajaj!!!

M1: jejejejeje que alegre!!! (Facebook, 28 de agosto de 2012).

En las interacciones que analizo en el presente estudio, el uso de metáforas como un modo de expresarse parece recurrente. La interlocutora M2 denomina a Facebook “el diario público”, y a lo mejor escoge esta metáfora por el carácter particular de este medio, situado entre lo público y lo privado. M2 apoya y está de acuerdo con la emisora M1, diciendo que le encanta la manera en que la emisora comparte y describe en Facebook el estado actual de su vida mediante una metáfora. En la frase “con una metafora imaginamos como esta su vida y se que

es buena” M2 muestra cercanía social mediante el uso de la tercera persona del singular. Norma Carricaburo afirma que, en Guatemala, el empleo de *usted* es común entre ciertos miembros de una familia, “Entre hermanos es común que la hermana trate de usted al hermano mayor y de vos al menor” (1997: 44), pero en este caso se ve que también se usa entre hermanas. El uso de la tercera persona en el enunciado de M3 es, así, un ejemplo de referencia a la identidad grupal<sup>15</sup>, ya que el hablar en tercera persona es algo que las hermanas hacen dentro del grupo familiar, o dentro del grupo que ellas forman como hermanas. Cuando escribe “sé que es buena”, se puede suponer que M2 tiene un buen conocimiento sobre cómo es la vida de M1, y por tanto, está en relación cercana con ella, y otra vez hace referencia a la identidad grupal, como una persona socialmente cercana, que comparte, entre otras cosas, el uso de la tercera persona. En medio del enunciado refuerza su comentario con el saludo “un abrazo”, que muestra que está socialmente cerca de la emisora M1. Después añade “ya pedi permiso pal jueves sale quedada con todo y chirises”. Se podría interpretar de esta información que M1 y M2 tienen planeada una cita. Ella escribe “pal” en lugar de “para el”, implicando con esta informalidad que no existe distancia social entre ellas, dado que son hermanas, y que es una manera aceptable de comunicarse entre sí. Según la página web [asihablamos.com](http://asihablamos.com), la palabra “chiris”<sup>16</sup> significa “bebé” en Guatemala, y así se entiende que, de acuerdo con la frase “sale quedada con todo y chirises” de M2 que va a tener tiempo libre de sus obligaciones, entre las cuales se incluye la de ser madre. Se puede añadir, además, que el empleo de la palabra chiris es una elección lingüística que alude a la identidad grupal<sup>17</sup> de las dos guatemaltecas como compatriotas, porque es una palabra típica de Guatemala, que ellas comparten en el “escenario” público internacional que es Facebook. Por eso, se puede suponer que entre sus amigos de Facebook posiblemente haya varias personas de otros países que no conozcan el significado de esa palabra, porque no forman parte del grupo guatemalteco. La interlocutora elabora con su enunciado una imagen de persona feliz, que además tiene muchas obligaciones, entre ellas, las de ser amiga de M1 y madre de los llamados chirises.

La emisora M1 responde al comentario de M2 con risas, a lo mejor porque está feliz de poder salir con M2, y quizá porque reconoce y le da gracia la palabra típica de Guatemala, chirises. De este modo se subraya su pertenencia al grupo social de guatemaltecos antes mencionado.

<sup>15</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

<sup>16</sup> <http://www.asihablamos.com/word/palabra/Chiris.php> (consultado el 27 de septiembre de 2012).

<sup>17</sup> Ver nota número 7.

Puede añadirse que tanto M1 como M2 comunican a los demás oyentes de Facebook una identidad nacional a través de su interacción. Se puede suponer que en sus listas de amigos de Facebook hay algunos pertenecen a otros países, que pueden ver su manera de comunicarse que es típica de muchos guatemaltecos, por el uso de la tercera persona antes mencionada, y mediante la palabra *chirises*.

#### 4.1.4 Mostrando afecto

Señalaré en el presente apartado un ejemplo de cómo se refuerza a la imagen (ARI) del otro al mostrarle afecto. En el fragmento de abajo, la emisora guatemalteca M1 parece haber estado en una reunión con viejos amigos. Se puede ver el uso de un ARI en forma de afecto por parte de la interlocutora M2.

(4) M1: si.....valió la pena!! que chilero haber compartido con tantos cuates que tenia tiempo de no ver!!! y por supuesto.... buen musicón!!  
M2: que bueno que la pasaron alegres!! (Facebook, 9 de septiembre de 2012).

M1 elabora la imagen de una persona que está feliz y alegre porque se ha juntado con unos amigos, que en Guatemala se llaman “cuates”<sup>18</sup>, a los que ella aparentemente no ha visto en mucho tiempo. El vocablo “chilero” se usa en Guatemala para expresar que algo es bonito o buenísimo<sup>19</sup>. La frase “buen musicón” implica que han estado juntos en un concierto o en otro evento semejante. Con la frase “si.....valió la pena!!”, por un lado se puede interpretar que a lo mejor no estaba segura si podría llegar a ir, tal vez porque tiene niños y trabajo. Por otro lado, es posible que M1 haya contribuido a la organización de la reunión de amigos, y por eso escribe “valió la pena!”, dando a entender que hubo mucha preparación previa.

Como mencioné anteriormente, mis observaciones no son las únicas, ya que siempre habrán otras maneras de interpretar los enunciados, dependiendo tanto del grado de información que se tenga acerca del entorno, como de la subjetividad del lector. La interlocutora M2 le

---

<sup>18</sup> Según la Real Academia Española, el vocablo *cuate* significa “Camarada, amigo íntimo”, en Guatemala, Honduras y México (Consultado el 24 de octubre de 2012).

<sup>19</sup> <http://www.asihablamos.com/word/palabra/Chilero.php> (Consultado el 3 de octubre de 2012).

responde reforzando a la imagen (ARI) de la emisora M1, apoyándola con su comentario positivo y alegrándose de que ella y sus amigos la pasaran bien. Expresa afecto hacia M1, y da la impresión de que ella está en una relación social cercana a M1, porque parece que tiene conocimiento sobre el entorno cuando expresa “que bueno la pasaron alegres!!”, en relación a la cita de M1 con los viejos amigos.

#### 4.1.5 Cercanía de amigos

En las interacciones de Facebook que analizo en la presente tesina, observo que muchas personas refuerzan a la imagen del otro al comunicar cercanía social. En la interacción de abajo, la emisora guatemalteca M1 comparte con sus amigos de Facebook que está, o ha estado, en casa de sus padres. Los interlocutores la apoyan con actos reforzantes a su imagen (ARI). M1 expresa que en casa de sus padres se siente consentida, y expresa que además necesitaba recordar memorias del pasado. Con la expresión “que rrrrico” subraya lo bueno que lo ha pasado en compañía de sus padres, poniéndole más r-es a la palabra “rico”. Ella elabora una imagen de persona afortunada y contenta que tiene el cariño de su familia, y que puede estar junto a ellos de vez en cuando, compartiendo memorias del pasado.

(5) M1: que rrrrico estar consentida en casa de los papas!!! ya hacia falta recordar viejos tiempos!!  
H1: buenos recuerdos de tus papas...  
M2: disfruta al maximo ese descanso consentido. ;) (Facebook, 18 de julio de 2012)

El interlocutor H1 apoya a M1, escribiendo que tiene buenos recuerdos de los padres de ella, implicando de esa manera que él los ha conocido en algún momento, y que él piensa que ellos son buenas personas. Por tanto se puede suponer que H1 es un amigo de M1 o de alguien cercano a ella. H1 muestra con su enunciado que él considera que entre M1 y él existe poca distancia social porque muestra que él ha estado en alguna ocasión en la cual ha conocido a los padres de ella. Hace referencias a una identidad grupal como miembro del mismo grupo social que la emisora M1, compartiendo el conocimiento de sus padres e insinuando que M1 y H1 forman parte de un grupo de amigos. Al mostrarse como una parte del grupo social de M1, H1 apoya y refuerza a la imagen (ARI) de M1. Simultáneamente, él también recuerda “viejos tiempos”, al igual que la emisora. H1 elige mostrar su relación social con M1 en Facebook, y

así elabora su propia imagen social, próxima a la familia de la emisora, con un impacto particular porque lo hace en el muro de Facebook, donde se puede suponer que existen cientos de posibles oyentes, constituidos por los amigos de Facebook de M1 y de H1.

La interlocutora M2 muestra apoyo a M1, escribiéndole que tiene que disfrutar “al máximo” de la visita en casa sus padres. Lo dice repitiendo la palabra “consentido”, antes empleada por M1, que es un detalle gracioso. M2 parece emplearla con buena intención, dado que luego la subraya con el emoticono<sup>20</sup> sonriente “;)”. Se trata entonces de un acto que refuerza la imagen de M1. Se puede añadir que el significado léxico del vocablo “consentido” según la Real Academia Española es “Mimar a los hijos, ser muy indulgente con los niños o con los inferiores.” (Consultado el 1 de octubre de 2012). En la presente interacción, el empleo de este vocablo es un ejemplo interesante para la pragmática lingüística, porque la emisora probablemente lo utilizara para decir que sus padres la tratan muy bien, sin connotaciones negativas, ampliando el significado léxico.

#### 4.1.6 Animando al otro

Mientras que el ejemplo anterior fue un acto de apoyo en forma de una confirmación, señalaré ahora cómo se puede reforzar a la imagen del otro con una estrategia de animación. La guatemalteca M1 reflexiona sobre lo bueno que estuvo su fin de semana, animado al parecer por muchas actividades alegres. En Guatemala, según la página web [asihablamos.com](http://asihablamos.com), el vocablo *chilero* significa “Toda cosa que es bonita, llamativa, pegona” (consultado el 27 de septiembre de 2012). M1 disfruta de lo bonito que puede llegar a ser estar dentro de una casa escuchando la lluvia afuera, y parece reforzar la comunicación de ese sentimiento a través de la palabra “encerradita”, con la cual el diminutivo “-ita” da al lector una connotación positiva de la actividad de estar dentro de la casa escuchando la lluvia. Comparte además que va a volver a ser estudiante y que será exigente, pero que está animada para lograr esa nueva oportunidad. Elabora su imagen como una persona feliz, afortunada y exitosa.

---

<sup>20</sup> Según la RAE, el emoticono es un “Símbolo gráfico que se utiliza en las comunicaciones a través del correo electrónico y sirve para expresar el estado de ánimo del remitente.” (Consultado el 27 de septiembre de 2012).

(6) M1: que chilero fin de semana en mil cosas y todas exitosas!!! ahora a disfrutar encerradita la lluvia y con animos a comenzar a ser estudiante de nuevo!! vale la pena el esfuerzo.....  
M2: ANIMO M1!!!!!!! exitos en todo! XD (Facebook, 26 de agosto de 2012).

La interlocutora M2 claramente le muestra apoyo a la emisora M1, deseándole mucha suerte en todos casos de su vida. Ella refuerza este mensaje de apoyo usando letras capitales y muchas exclamaciones. Esto es un ejemplo de un acto que refuerza a la imagen (ARI) de la emisora M1. M2 refuerza, además, el enunciado animante con el *emoticono*<sup>21</sup> XD, con el cual se supone que quiere transmitir un estado de ánimo óptimo, con una gran sonrisa. Se puede decir que al mismo tiempo que apoya a la emisora M1 mediante ARI, M2 elabora su propia imagen de amiga benevolente. Al convertirse en destinatario del enunciado de la emisora M1, y mediante su elección lingüística, que consiste en el uso de mayúsculas, muchas exclamaciones y el llamado emoticono, transmite a los demás oyentes y al lector la idea de que entre ella y la emisora M1 existe confianza y cercanía social. El uso de emoticonos es común entre jóvenes, y es una señal de identidad grupal, que puede ser una identidad amistosa o estudiantil.

Al tiempo que dirige su atención a M1, M2 elabora su propia imagen de persona feliz y entusiasmada, que además anima a su amiga M1. Al tener cientos de posibles oyentes en Facebook entre los amigos propios y los de M1, M2 refuerza su propia imagen social como amiga íntima de la emisora M1.

#### 4.1.7 Mostrando solidaridad

En la selección de interacciones de Facebook que analizo en este estudio hay varios interlocutores que refuerzan a la imagen (ARI) del otro mostrando solidaridad. Un ejemplo de este uso por parte de la interlocutora M2 se ve en la interacción de abajo. La interacción es iniciada por la emisora M1, que expresa tristeza y cansancio. Ella elabora la imagen de una persona desilusionada y cansada, que les pide fuerza a sus abuelas, que eran, en palabras

---

<sup>21</sup> Según la RAE, emoticono es un “Símbolo gráfico que se utiliza en las comunicaciones a través del correo electrónico y sirve para expresar el estado de ánimo del remitente”. (Consultado el 27 de septiembre de 2012).

lindas de M1, “fortaleza y corazón”. Es posible que la emisora necesite un foro que pueda recibir y contener su expresión de desilusión, dado que elije expresar sus pensamientos a sus amigos de Facebook. El enunciado es contestado por la interlocutora M2, con un acto que refuerza a la imagen (ARI) de M1.

(7) M1: de las injusticias y crueldades de este mundo, estoy tan cansada de soñar despierta y encontrar pesadillas estoy triste solo le pido fuerza al cielo y a mis abuelas que fueron fortaleza y corazón que me ayuden a seguir adelante aunque este tan cansada  
M2: me identifico completamente contigo! (Facebook, 27 de julio de 2012)

Con el enunciado “me identifico completamente contigo!”, M2 apoya a M1 porque al decir que se identifica completamente con la emisora, hace referencia a la identidad grupal<sup>22</sup>. Parece implicar con su enunciado que ellas tienen sentimientos parecidos, y además comunica, que entre ellas existe cercanía social. M2 termina su mensaje con un signo de exclamación que tiene un impacto reforzante a su mensaje, y subraya, además, el carácter de empatía que ella muestra hacia la emisora. Incluso cuando expresa que se identifica con la emisora M1, M2 ofrece un gesto de consuelo, expresándole a M1 que ella no está sola ya que ambas comparten el mismo punto de vista. Cuando M2 le dice que ellas comparten el mismo tipo de sentimiento, de algún modo también escenifica un acto de solidaridad. Al tomar la “palabra”, M2 se convierte, como se ha visto anteriormente en los otros ejemplos, en el destinatario del enunciado de la emisora M1. El lector externo de la interacción no tiene detalles sobre el entorno y el contexto, no se sabe por qué la emisora expresa que se siente tan cansada y desilusionada. La interlocutora M2 parece tener conocimiento sobre la situación de la emisora M1, porque al decir que se identifica completamente con ella, transmite la impresión a los oyentes de Facebook de que ella sí sabe a qué se refiere M1. Así, M2 elabora una imagen de persona empática, que está en una relación cercana con M1.

#### **4.1.8 Solidaridad explícita**

El ejemplo anterior no es un caso aislado del uso de la solidaridad para reforzar a la imagen del otro. Mientras el ejemplo de solidaridad que señalé arriba contenía actos reforzantes a la

---

<sup>22</sup> Ver nota 1.



imagen, basados en las intenciones del interlocutor M2 de consolar al otro, mostraré otro ejemplo semejante de un interlocutor que refuerza a la imagen del otro mediante la solidaridad. El presente ejemplo se distingue del ejemplo anterior en la manera en que los interlocutores del nuevo ejemplo comparten sentimientos patrióticos fuertes relacionados con los Juegos Olímpicos. La emisora guatemalteca M1 reprocha al Comité Olímpico. En la interacción se puede ver el uso de un ARI por parte del interlocutor guatemalteco H1.

(8) M1: Porque no disfrutaron todos los atletas guatemaltecos de la Clausura de las Olimpiadas??? Que vergüenza Comité Olímpico. Prefieren que sus delegados se vayan de gran turismo en vez de nuestros atletas.

H1: buen comentario ;;;lo mismo he pensado;;; (Facebook, 13 de agosto de 2012).

Se ve a través del enunciado de la emisora M1 que ella siente mucha afección por su país y por los atletas guatemaltecos, entre los cuales no todos tuvieron la oportunidad de atender a la Clausura de las Olimpiadas en Londres en el año 2012. Ella expresa una identidad nacional cuando escribe “Prefieren que sus delegados se vayan de gran turismo en vez de nuestros atletas”, indicando que los atletas guatemaltecos son “propiedad” de todos los guatemaltecos. Es a la vez una referencia a la identidad grupal<sup>23</sup>, término de Brown y Levinson que ya se estudió en el apartado 2.4, y a un grupo nacional, constituido por todos los guatemaltecos.

Con la frase “Prefieren que sus delegados se vayan de gran turismo”, M1 implica con reproche, que si bien los Juegos Olímpicos suponen una gran fiesta de celebración de los sentimientos nacionales, debería permitirse a todos los atletas atender la Clausura de las Olimpiadas. Parece así implicar que, sin los atletas, no habría Juegos Olímpicos. La emisora M1 elabora su imagen social de patriota dedicada, que quiere que todos los atletas guatemaltecos representen a su país en los juegos olímpicos en Londres en 2012, logrando dar la máxima visibilidad a su patria Guatemala.

Al igual que la emisora, probablemente el interlocutor H1 sea guatemalteco, dado que le escribe a M1 que su comentario está muy bueno. Con varios puntos de exclamación, que refuerzan su punto de vista, H1 expresa que él ha pensado justamente lo mismo que ella ha escrito en Facebook. La manera de señalar solidaridad por parte de H1 es explícita, ya que con la frase “buen comentario” le está comunicando a la emisora que “yo pienso lo mismo

---

<sup>23</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

que tú”. Así, con la frase de H1 “¡¡¡lo mismo he pensado!!!”, se puede decir que él expresa justamente lo mismo que en la frase anterior, y por tanto el significado pragmático de las dos frases es el mismo. Al compartir con la emisora M1 que él ha pensado lo mismo, H1 subraya la unión entre la emisora y él mismo, y hace, tanto como la emisora en su enunciado, una referencia a la identidad grupal, que en este caso está constituida por los miembros de la patria de Guatemala, que comparten un sentimiento de orgullo nacional. Con su enunciado el interlocutor H1 apoya a la emisora M1, y refuerza a su imagen (ARI)<sup>24</sup>, al mostrar que está de acuerdo con ella. Él elabora, al igual que M1, una imagen de patriota, que muestra su identidad nacional a través de los Juegos Olímpicos.

#### 4.1.9 Solidaridad grupal

En la interacción que sigue se puede ver otro ejemplo semejante a los casos anteriores que trataban el uso de la solidaridad como una manera de reforzar a la imagen del otro. En este caso la solidaridad se muestra por parte del interlocutor H1 a través del uso de metáforas y con referencias a la identidad grupal. El resto de los interlocutores refuerzan a la imagen (ARI) de la emisora M1 con sus enunciados, y ellos también lo hacen mediante el uso de metáforas. La interacción es iniciada por la emisora guatemalteca M1, que aparentemente está trabajando en su tesis. Expresa que está preocupada, porque ha sido informada de que probablemente tenga que entregar su tesis más temprano de lo que ella había planeado. La emisora está elaborando la imagen de una estudiante afortunada y privilegiada que tiene la posibilidad de escribir una tesis, pero que al mismo tiempo está preocupada. A lo mejor su intención es, además de la necesidad de expresar su preocupación, buscar apoyo en el foro que constituyen sus amigos de Facebook.

(9) M1: Estoy intentando terminar mi proyecto de tesis en un tiempo estipulado, sin embargo según algunos sondeos que he hecho nos están exigiendo terminar un proceso en muy poco tiempo lo que repercutiría definitivamente la calidad del producto!

M2: Animo M1 ya has caminado mucho, lo que te queda es poco, un abrazo...

M3: No se raje amiga, la meta está cerca hechele ganas y me invita a la graduación.

H1: Dale viaje compañera, es nada mal el proyecto. El ajo del plato se le pone despuesito. Yo ando en las mismas y se que otra mara conocida tambien, casi somos un club sin saberlo... (Facebook, 25 de abril de 2012)

---

<sup>24</sup> Ver el apartado 2.5 sobre Kerbrat-Orecchioni y los actos reforzantes a la imagen.

La interlocutora M2 apoya a la emisora M1, escribiéndole “Animo”. M2 parece conocer bien la situación en que está M1, ya que compara el proceso de escribir una tesis de master con la metáfora de caminar, “ya has caminado mucho” se puede referir al hecho de que M1 ya se estará acercando al final del proceso de escribir su tesis, un mensaje que también se refuerza mediante la frase que sigue, “lo que te queda es poco”, que se puede leer como un intento de atenuar la preocupación de M1. Tal vez M2 sea una amiga de M1 de la universidad, ya que parece tener conocimiento sobre el proceso de escritura de una tesis de master y sobre la situación actual de la emisora M1, que está en el proceso de finalizar su trabajo. También es posible que M2 provenga de un ámbito que no está relacionado con la universidad, pero sin embargo esté informada de la situación de M1. Con su elección lingüística M2 muestra que entre ellas existe poca distancia social. Ella termina el enunciado con el saludo “un abrazo...”, y este saludo muestra que ella está en una relación social cercana a la emisora M1. Resulta evidente que el enunciado entero es un ejemplo del uso de actos que refuerzan la imagen (ARI), por su carácter de apoyo y de atenuación.

La emisora M3, con el enunciado “No se raje amiga, la meta esta cerca hechele ganas y me invita a la graduación.”, se dirige a la emisora M1 en tercera persona. Con la elección lingüística de la interlocutora M3 en el enunciado “No se raje amiga”, se ve un fenómeno interesante, que es la combinación del uso de la tercera persona con un vocativo, que en este caso es la palabra “amiga”, que muestra cercanía social. En Guatemala es común hablar en tercera persona en relaciones sociales cercanas, por ejemplo entre hermanos, entre padres e hijos o entre amigos cercanos. Parece ser que M3 emplea la forma de hablar en tercera persona como una manera de mostrar cariño y cercanía social. Norma Carricaburo afirma, como se ha visto anteriormente, que en Guatemala, el empleo de *usted* es común entre ciertos miembros de una familia, “Entre hermanos es común que la hermana trate de usted al hermano mayor y de vos al menor” (1997: 44), pero en este caso se ve que también se usa entre amigas cercanas. El uso de la tercera persona en el enunciado de M3 es, así, un ejemplo de referencia a la identidad grupal<sup>25</sup>, ya que el mencionado hablar en tercera persona es algo que ciertos miembros de un grupo particular, sea de amigos o familia, comparten. Se puede suponer que M3 también es guatemalteca porque le escribe “y me invita a la graduación.”, que puede implicar proximidad geográfica en relación con la emisora, y además porque parece conocer los detalles sobre la situación de escribir una tesis de master de la emisora M1.

---

<sup>25</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

Su enunciado motivante es caracterizado por el uso de actos que refuerzan la imagen (ARI) de la emisora M1.

El interlocutor H1 anima y apoya a la emisora M1, escribiéndole que su proyecto, que probablemente equivale a la tesis de M1, es de buena calidad. Esto implica que H1 tiene una relación social cercana con M1. A lo mejor estudia con ella, dado que de su enunciado se desprende que ha leído la tesis de M1, ya que le responde que la tesis no es mala. Con la metáfora graciosa “El ajo del plato se le pone despuesito”, H1 intenta atenuar la preocupación de la emisora M1. Con esta metáfora posiblemente él quiera comunicar que ella no tiene por qué preocuparse, dado que ella podrá añadir detalles a la tesis justo antes de entregarla, elevando la calidad del producto final. Se ve que H1 es estudiante al igual que M1, cuando él escribe “Yo ando en las mismas y se que otra mara conocida tambien, casi somos un club sin saberlo”, que indica que él, y otras personas que él conoce, también están trabajando en sus proyectos de tesis o en proyectos parecidos. H1 usa terminología que se refiere a la identidad grupal<sup>26</sup> con M1, cuando emplea el vocablo coloquial “mara”. En Guatemala, el término mara se emplea entre jóvenes para referirse, según la página web [asihablamos.com](http://www.asihablamos.com)<sup>27</sup>, “(...) a un grupo de personas o amigas. También se usa para referirse a una pandilla.” (Consultado el 24 de septiembre de 2012). En este caso H1 usa la palabra para referirse a un grupo de estudiantes. El otro significado de la palabra no es relevante en este caso, en tanto se refiere a bandas criminales en Guatemala y en Centro América. Cuando H1 escribe “casi somos un club sin saberlo”, él mismo hace referencia a una identidad grupal, que constituyen los estudiantes de tesis M1, H2 y la mencionada “otra mara conocida”. H1 apoya y muestra solidaridad a la emisora M1 mediante actos que refuerzan su imagen (ARI), al comunicarle que se identifica con ella, estando ambos en proceso de escritura de tesis, y dándole buenos consejos para mejorar la calidad del trabajo. Él muestra de esa manera que está en la misma situación que M1, y así además que ella no está sola.

---

<sup>26</sup> Ver nota número 4.

<sup>27</sup> <http://www.asihablamos.com/word/palabra/Mara.php>, consultado el 24 de septiembre de 2012

## 4.1.10 Solidaridad de amigos

Se puede ver un tercer ejemplo del uso de la solidaridad como un modo de reforzar a la imagen en el fragmento que sigue, por parte de la interlocutora M2. Ella expresa brevemente que comparte la opinión de la emisora M1. La emisora es una guatemalteca que tiene alrededor de 35 años. Ella expresa que está harta de descubrir que las amistades que ha iniciado con algunos hombres no son genuinas, y que además está harta de descubrir que ellos han tenido alguna agenda al iniciar la relación. Ella elabora la imagen de una persona desilusionada pero al mismo tiempo fuerte, expresando la decisión de alejarse de cierta clase de hombres. En la interacción hay dos amigos de la emisora M1 que refuerzan a la imagen (ARI) de ella.

(10) M1: me indignan los hombres que son tus amigos cuando les interesa algo de ti, si no pueden obtenerlo se olvidan de la supuesta “amistad” y cariño que te tienen, bueno es saber que no valen la pena y que tus decisiones son correctas!!  
M2: de acuerdo vos,  
H1: animo amiga (Facebook, 3 de mayo de 2012).

La interlocutora M2 le responde “de acuerdo vos”, y así muestra que ella tiene la misma opinión que la emisora. De esa manera muestra que M1 no está sola y que M2 a lo mejor ha tenido una experiencia semejante. Implica, además, que ellas comparten el punto de vista que ha expresado M1. Por tanto, el enunciado de M2 es solidario, y hace referencia a la identidad grupal<sup>28</sup>. Mediante el voseo guatemalteco “vos”, M2 subraya que entre ella y la emisora M1 existe poca distancia social. Según Norma Carricaburo, el empleo del voseo guatemalteco *vos* “(...) se reserva para el trato de confianza y para la expresión de afecto” (1997: 43). Ya que el uso de *vos* es frecuente entre personas con cierta cercanía social en Guatemala, por ejemplo entre amigos y entre miembros de una familia, puede suponerse que M2 también es guatemalteca. Su enunciado solidario es, además, un acto que apoya y refuerza a la imagen (ARI) de la emisora M1.

Con tan sólo dos palabras, el interlocutor H1 comunica mucho más a la emisora M1 que lo que ha escrito literalmente. Como se ha visto anteriormente, desde la “óptica” de la pragmática-lingüística, lo que se comunica va mucho más allá de lo que se escribe. H1 consuela, motiva y apoya a la emisora M1 mediante el vocablo “ánimo”, y con la palabra

---

<sup>28</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

“amiga” muestra que hay proximidad social ya que se considera como un amigo suyo, y hace referencia a una identidad grupal<sup>29</sup> como miembro de un grupo de amigos. De esta manera, H1 refuerza la imagen (ARI) de su amiga M1.

#### **4.1.11 Solidaridad de compatriotas**

Al igual que en los cuatro ejemplos anteriores, el tema que se destaca en la interacción de abajo es cómo reforzar a la imagen (ARI) del otro a través de actos solidarios. En este caso los interlocutores H1 y H2 refuerzan a la imagen de la emisora chilena M1, mostrándole solidaridad de compatriotas. Ella vive en Suecia, pero está de viaje en Chile. H1 y H2 responden al enunciado de M1 que ellos entienden su situación, dado que ellos también son chilenos. Por tanto, se puede suponer que han tenido experiencias semejantes a las de ella. La emisora M1 reflexiona sobre un aspecto de Chile desde su particular perspectiva.

(11) M1 (chilena residente en Suecia): Hmmm Chile es el país de los tramites y papeleos!!  
H1 (chileno residente en Chile): Hahahha burocracia mijita así se llama eso  
H2 (chileno residente en Chile): welcome to Chile!!!! (Facebook, 24 de abril de 2012).

El enunciado de la emisora M1 es otro objeto interesante para la visión pragmática-lingüística, porque comunica mucho más que lo que escribe literalmente. Cuando ella llama a Chile “el país de los tramites y papeleos”, se puede suponer que ella quiere expresar que en Chile hay mucha burocracia. Ya que en este caso se tiene unos detalles sobre el entorno de M1, que vive en Suecia y ahora está viajando por Chile, puede entenderse que ella necesita arreglar varios documentos necesarios para poder quedarse en Chile. Más allá de los procesos burocráticos aludidos, M1 elabora con su enunciado una imagen de persona afortunada que está en condiciones de viajar desde Suecia a Chile.

El interlocutor H1 le responde con risas, escribiéndole además que “burocracia mijita así se llama eso”. Puede interpretarse de las risas de H1 que él entiende la frustración de la emisora M1, que no está acostumbrada a la burocracia. Él llama a M1 “mijita”, y muestra así que entre

---

<sup>29</sup> Ver nota número 12.

ellos existe poca distancia social. El empleo de la expresión “mijita” es frecuente en Chile, y es una abreviatura que sustituye a los dos vocablos “mi hijita”. Tanto el uso de la abreviatura “mijita” como el uso del diminutivo “-ita”, son formas que se usan para mostrar cariño entre personas que mantienen una relación social relativamente próxima. El uso de la expresión subraya la intención positiva del interlocutor H1 hacia la emisora M1, y su comentario refuerza a la imagen de ella. La expresión “mijita” es, además, un vocativo que se emplea para dirigirse a alguna persona, como a una novia o a una amiga, y el vocablo ha tenido un traslado de función semántica según cual es el contexto. El significado léxico de la expresión “mi hijita” es, como se sabe, una manera a referirse a su hija por los padres de ella.

El interlocutor H2 simplemente le responde “welcome to Chile!!!!” al enunciado de M1. El significado del enunciado de H2 es determinado por el contexto, viéndolo desde la perspectiva pragmática-lingüística, que en este caso tiene que ver con el hecho de que la emisora está lidiando con cierta burocracia en Chile. H2 le escribe a M1 en inglés, porque quizá, además de chilena, H2 considera que ella también es extranjera e internacional. Al decir “welcome to Chile!!!!”, aunque sea en inglés y en referencia a la burocracia, simultáneamente H2 refuerza a la imagen de la interlocutora, mostrándole que él también entiende lo difícil que es lidiar con la burocracia. Además, él refuerza a la imagen de M1 como una mujer internacional.

#### **4.1.12 Los doble sentidos**

Como he mencionado anteriormente, los enunciados de Facebook muchas veces tienen doble sentidos, con una forma que puede ser interpretada de varias maneras por los oyentes. A veces los emisores de Facebook quieren transmitir un mensaje a unos destinatarios particulares, mientras saben que los demás oyentes no podrán entender el mismo mensaje porque no tienen los detalles sobre el entorno del emisor y de sus interlocutores particulares. En la interacción de abajo, por ejemplo, puede cuestionarse si con su pregunta la interlocutora M2 implica que M1 y H1 realmente han tomado café, o, si han tenido otro tipo de cita que no nada tiene que ver con tomar café. Como comenté antes, en Facebook el contenido a veces es críptico para la mayoría de los oyentes, excepto para ciertos destinatarios. Los interlocutores en la interacción

de abajo son chilenos. Se puede ver, además, el uso de un acto reforzante a la imagen (ARI) del emisor H1 por parte de las interlocutoras.

(12) H1: Muy buen café M1.....  
M1: Buenísimo :D  
M2: Café de aquellos??  
M1: Aquellos?  
M2: De esos q el café duraaaaa con la mjr conversacion d las q s recoooooorren y recuerdan momntos  
M2: De aquellos! (Facebook, el 27 de junio de 2012)

Leyendo el enunciado “Muy buen café, M1.....” del emisor H1, se ve que la destinataria es la interlocutora M1. La utilización de los puntos suspensivos que usa H1 después de escribir el mensaje sobre el café, parece indicar que está pensando en lo bueno que fue lo del café. H1 elabora una imagen social de una persona contenta que aparentemente acaba de encontrarse con M1.

La destinataria M1 le contesta “Buenísimo :D”. Si se estudian estos dos enunciados desde una perspectiva pragmática-lingüística, se puede decir que probablemente la elección de la palabra “café” implique mucho más que el significado literal de la palabra. A lo mejor H1 visitó a M1 y ella preparó café, ya que H1 menciona el nombre de M1 cuando escribe que el café fue bueno, y eso le hace interpretar al lector que fue M1 quien preparó el café. Si tal es el caso, puede asumirse que la simple elección del vocablo “café” implica que H1 y M1 han tenido una cita, M1 ha preparado café para los dos, y han tenido una conversación.

La interlocutora M2 entra en la interacción con el enunciado “Café de aquellos???”. Parece ser que hace referencia a un cierto tipo de café, pero sin conocer más detalles sobre el entorno que lo que se desprende de la interacción, no se puede saber qué quiere decir con la expresión “de aquellos”.

La interlocutora M1 tampoco parece entender qué quiere decir M2 con su enunciado, respondiéndole “Aquellos?”. Este enunciado es, igual que ya se vio con ejemplo con el significado contextual de la palabra “café”, otro ejemplo básico que interesa a la pragmática lingüística. Cuando M1 escribe “Aquellos?”, el contexto contribuye a que los interlocutores y los demás lectores de la interacción entiendan que ella destina a M2 la pregunta “¿Qué quieres decir con la palabra aquellos?”. Se puede decir que cuando M1 pregunta a M2, “aquellos?”, se



frena la insinuación de M2 que no han tomado café, sino que han tenido otro tipo de encuentro.

La interlocutora M2 se tira para atrás cuando M1 le pregunta qué quiere decir con la pregunta “Café de aquellos??”, y da una explicación de un tipo de café.

La interlocutora M2 explica en su segundo enunciado que con su enunciado anterior, “Café de aquellos??”, se refería a esas citas en las que se toma café, compartiendo al mismo tiempo buenas conversaciones y memorias del pasado. Este enunciado también es un ejemplo de lo que estudia la pragmática-lingüística, porque sin conocer el contexto no se puede saber a qué se refiere M2. Ella emplea, a causa del espacio limitado que hay en el “muro” de Facebook, y quizá también porque quiere contestar rápido, abreviaturas como “q” en lugar de “que”, “mjoy” en lugar de “mejor” y “s” en lugar de “se”. Para subrayar que el tipo de cita que ella describe es de larga duración, escribe “duraaaaa” en lugar de “dura”. Se puede decir que ella elabora la imagen de una persona social a quien también le gusta, al igual que H1 y M1, hacer citas del tipo que ella describe. Con su manera de emplear abreviaturas, M2 elabora una imagen de una persona que se siente muy cómoda con el uso del lenguaje informal en Facebook. M2 refuerza, ya que ella comparte que a ella también le gustan las citas de café, a las imágenes tanto de M1 como de H1. Después de explicar a qué se refería M2, añade otro enunciado, “De aquellos!”, con el cual subraya y refuerza su enunciado anterior. De este modo, al igual que en los otros casos analizados desde el punto de vista de la pragmática-lingüística, el enunciado de M2 “De aquellos!” tiene sentido sólo si se lee su enunciado anterior.

#### **4.1.13 Violación de las máximas de cooperación**

En este apartado mostraré cómo puede reforzarse a la imagen de alguien mediante la interrupción. En el apartado 2.2 presenté las máximas de cooperación de Leech. En la interacción de abajo, se verá cómo la interlocutora M1 “viola” una de esas máximas mencionadas.

El emisor H1 es un guatemalteco que tiene alrededor de 34 años. Él comparte en Facebook que por fin está en casa, en compañía de las mujeres que más ama. Con la frase “que linda noche ahhh” se subraya lo contento que se siente H1. Elabora su imagen social de hombre

feliz y afortunado que está agradecido porque tiene a dos mujeres a quienes ama, posiblemente su esposa y su hija. Él disfruta del momento, que es una linda noche, junto a sus dos mujeres. A lo mejor acaba de regresar de su trabajo, dado que escribe “Ya en ksita”, como para decir que por fin está en casa después de un largo día laboral. H1 escribe “ksita” en lugar de “casita”, y parece ser una manera oral, divertida y típica de escribir “casita” en el internet, con la letra k en lugar de la letra c como para simplificar. Puede inferirse que el emisor ahorra tanto tiempo como espacio, ya que lo enuncia en el muro de Facebook, donde el espacio para escribir es limitado. Estudiando la frase “que linda noche ahhh” desde la perspectiva de la pragmática-lingüística, se puede decir que existe un doble sentido. El emisor H1 probablemente no sólo quiera expresar el sentido literal de la frase, que es el hecho de que la noche es linda, sino también que la noche es linda porque él está disfrutando su tiempo libre en compañía de las personas que más quiere. En la interacción participan además dos guatemaltecas, que usan actos que refuerzan a la imagen del emisor H1.

(13) H1: Ya en ksita con las dos mujeres que mas amo que linda noche ahhh  
M1: tenes blackberry agregame xxxxx  
M2: Si mi amor Gracias a Dios ya estamos juntos muchos besitos, Feliz Noche  
M1: H1 agregame (Facebook, 10 de agosto de 2012)

La interlocutora M1 tiene alrededor de 20 años, y es prima del emisor H1. Le responde “tenes blackberry agregame xxxxx”. La forma interrogativa “tenes” es un ejemplo del voseo guatemalteco, que se emplea en lugar de decir “tienes”. Al usar esta forma de tratamiento M1 muestra que hay poca distancia social entre ella y el emisor H1. Muestra además que con H1 ella puede usar esta forma sin que se considere descortés, y hace referencia a la identidad grupal, ya que es una forma que, se supone, ella no emplea en relaciones sociales donde hay más distancia social. Además, el uso de esta forma particular del verbo denota la existencia de confianza entre ella y H1. M1 termina el enunciado con el saludo “xxxxx”, y subraya, así, la cercanía social entre ella y H1. Es un saludo que tradicionalmente se escribe “xxx” para decir “besos”, al terminar una carta o un mensaje, y hoy en día también se usa este saludo en medios electrónicos, en relaciones sociales cercanas. La interlocutora M1 claramente muestra cariño a su primo con la manera de despedirse. No obstante, el contenido del enunciado no se relaciona al tema del enunciado del emisor H1, y puede decirse que no cumple con la máxima

de relevancia<sup>30</sup> de Leech (1980: 11), la cual reza que para poder mantener una buena cooperación en una comunicación, es necesario ser relevante. Sin embargo, M1 le muestra cariño con su saludo “xxxxx”, expresa que quiere comunicarse con él por el celular Blackberry y, tiene además la confianza como para escribirle en la manera típica de hablar en relaciones cercanas en Guatemala, que ya señalé con la palabra “tenes”. Así, se puede concluir que la intención de la emisora M1 es positiva hacia el emisor H1. Ella muestra a todos los oyentes en Facebook que entre ella y H1 existe poca distancia social. Simultáneamente, con su elección lingüística, ella refuerza la imagen (ARI) de H1.

La interlocutora M2 es la esposa del emisor H1. Ese hecho se ve claramente en su enunciado, porque le contesta “Si mi amor Gracias a Dios ya estamos juntos muchos besitos”. Con este enunciado ella apoya a la imagen (ARI) de su marido H1. M2 también subraya su relación social con él mediante su enunciado. Las expresiones “mi amor”, “Gracias a Dios ya estamos juntos” y el saludo “muchos besitos” revelan que no hay distancia social entre ellos. Si se estudia el enunciado de la interlocutora M2 por la óptica de Leech (1980: 11-12), ella cumple con la máxima de relación, ya que el enunciado es relevante al tema del enunciado de H1.

De la interacción se ve que M2 y H1 están en la misma casa escribiéndose en el muro de Facebook, algo que hace que la información sea compartida con los amigos que tienen en Facebook. Mostrando ante ellos el amor que se profesan, el impacto de sus mensajes se ve reforzado.

La prima del emisor, M1, termina el fragmento con el enunciado “H1 agregame”. El enunciado se apoya en su enunciado anterior, con el cual ella quería que H1 la agregara en su cuenta de amigos de su celular Blackberry, en caso de tenerlo, para poder comunicarse. Como ya se vio con el enunciado anterior de M1, la poca distancia social entre ella y H1 permite que ella pueda ser muy informal, ya que se supone que existe una confianza entre ellos, y que ambos saben que entre ellos solamente hay buenas intenciones. Sin embargo, se ve que ella rompe las reglas al insistir. Se puede añadir, además, que la interlocutora M1 interfiere en la situación íntima que han creado H1 y M2, en la cual ellos hablan de qué linda es la noche y que por fin están juntos. M1 rompe, así, la intimidad que ya se ha establecido entre los otros dos interlocutores H1 y M2. Ella se mete, para concluir, un poco en lo de los dos.

---

<sup>30</sup> Ver los principios cooperativos de Leech en el apartado 2.2.

#### **4.1.14      Mostrando entusiasmo**

En este apartado presentaré una interacción en la cual la emisora refuerza a la imagen del emisor H1 al expresarle entusiasmo. El emisor chileno H1 inicia la interacción compartiendo un dicho. Se ve el uso de un ARI por parte de la interlocutora M1.

(14) H1: Donde hay Fe hay Amor. Donde hay Amor hay Paz. Donde hay Paz está Dios y donde hay Dios no falta nada.

M1: me encanto!! :) (Facebook, el 21 de junio de 2012)

Al compartir este dicho, el emisor H1 comparte mucha más información, vista desde una perspectiva pragmática-lingüística, que lo que ha escrito literalmente. Probablemente comparta el dicho porque el contenido refleja algunos de sus actitudes y valores, por ejemplo que es religioso. Con el dicho pareciera expresar que si se tiene fe, se encontrará amor, y si se encuentra el amor, después se encontrará paz. Además, siguiendo el dicho, si se encuentra paz, se encontrará a Dios, y luego no faltará nada, dado que la persona que encuentre la fe estará “completa”, feliz y contenta. El emisor elabora, a través del dicho, la imagen de una persona que sabe qué hacer para ser feliz. En la interacción, la emisora M1 expresa entusiasmada que le encanta el dicho que ha presentado H1. Refuerza su actitud con el emoticono “:)”. Se desprende de su enunciado que ella probablemente comparte los mismos valores que representa el emisor, y que piensa que la felicidad se puede encontrar si se tiene fe, amor, paz y religión. Al mostrar que el dicho de H1 le gusta mucho, ella refuerza la imagen (ARI) de él. Simultáneamente, ella hace referencia a la identidad grupal, constituida por un grupo social que comparte los valores antes mencionados.

#### **4.1.15      Apoyo pensativo**

El emisor chileno H1 presenta un poco de filosofía de vida a sus amigos en Facebook. Se ve que la interlocutora M1 le responde con un acto reforzante a la imagen de H1. Mientras en el ejemplo anterior el ARI tenía un carácter de entusiasmo y energía, en este caso mostraré un ejemplo en el cual el uso del ARI por parte de la interlocutora M2 es más pensativo.

(15) H1: No me gusta decir que pierdo amigos, suelo decir que descubro a los verdaderos.  
M1: Me gusta... (Facebook, el 24 de junio de 2012)

H1 parece querer expresar a través de su enunciado que ha elegido una manera positiva de ver cómo sus relaciones amistosas a veces cambian. En lugar de ver esa realidad como algo negativo y triste, opta por verla como un cambio positivo, donde se tiene la oportunidad de descubrir a quiénes son sus amigos verdaderos. Elabora una imagen social de persona positiva y optimista, diciendo que no pierde amigos, dado que a los verdaderos los mantiene.

La interlocutora chilena M1 le responde que le gusta lo que ha escrito H1 sobre las amistades. Parece expresar con los tres puntos “...” que reflexiona sobre el tema que el emisor ha presentado. De esta manera muestra a H1 que lo apoya, y que está de acuerdo con él. Además, de este modo refuerza la imagen social (ARI) del emisor H1.

#### **4.1.16 Apoyo fraternal**

Como he señalado anteriormente, en varias de las interacciones en Facebook los usuarios refuerzan a la imagen del otro mediante el uso de metáforas. Lo que distingue al siguiente ejemplo de los otros analizados en este trabajo, es que en este ejemplo participan dos hermanos de la emisora guatemalteca M1, que emplean la misma metáfora. Trata el tema de nadar, y la usan para apoyar a su hermana. Refuerzan de esa manera a su imagen, mediante la metáfora aludida. Se puede ver, además, ejemplos de tanto mujeres como hombres que usan actos reforzantes a la imagen (ARI).

La emisora M1 elabora una imagen como de persona reflejada, describiendo cómo ciertos eventos del pasado dominan sus pensamientos a tal grado que incluso a veces le cuesta concentrarse en el presente. En cuanto al entorno, se sabe que por lo menos M1, H1 y H3 son guatemaltecos, y que tienen alrededor de 32-36 años. Además en el último enunciado de la interacción puede verse que tanto H1 como H3 son hermanos de M1.

(16) M1: A veces los fantasmas del pasado me habitan, me inundan y me hacen desdichada por su presencia y la ineludible nostalgia que me generan, no puedo evitar ahogarme en el pasado de vez en cuando!!  
M2: Yo tampoco... pero tengo que intentar no hacerlo :) porque me pierdo del presente muchas veces y cuando realmente no puedo... ni modo, lo disfruto!

H1: con las nuevas tecnicas de uno de ma;oso se sale flotando, el nadar es presuncion!!!! dele a la orilla y entonces como ya aprendio no solo camine dejando huellas, sino entonces como el rio eterno empieze a crear valles nuevos!!!!!!

H2: animo M1, siempre toca...es la digamos la memoria historica de nuestro ser...besitos

H3: si antes no podias nadar ahora si y lo has demostrado hasta contra corriente solo por haber nacido ya eres exitosa ademas que los tuyos te amamos

M1: me doy cuenta que esos fantasmas son necesarios para construir sobre lo falso algo seguro como las leyes generales de la naturaleza, me encanta la analogía de nadar de mis hermanos, es justamente el camino a seguir, justamente también la reflexión de M2 tiene mucho de cierto, uno divaga demasiado y se pierde en el instante que no regresará jamás, la memoria histórica es algo valioso e inigualable de nuestra natura, gracias a todos abrazos y besos (Facebook, 25 de abril de 2012)

El enunciado de la emisora M1 es primero apoyado por la interlocutora M2. Ella muestra que se identifica con el sentimiento descrito por M1, escribiendo que a ella le pasa lo mismo. Se puede constatar que M2 usa un acto reforzante a la imagen (ARI) de M1, al señalar que M1 no es la única persona a quien le pasa “perderse” en las memorias del pasado de vez en cuando, sino que ellas comparten ese tipo de experiencia. M2 termina el enunciado escribiendo que cuando no puede evitar soñar sobre el pasado, no le queda otro remedio que disfrutarlo. Este comentario le da un toque gracioso al mencionado tema del enunciado de la emisora M1, que refuerza el acto de apoyo hacia M1. M2 parece implicar que no hay que tomar lo de perderse en las memorias del pasado demasiado en serio.

El interlocutor H1 es, como se podrá entender del último enunciado de la interacción, el hermano de M1. Él apoya a su hermana a través del uso de metáforas. Por ejemplo, él subraya la importancia de poder nadar hacia la orilla, se supone que se trata de la orilla de un río imaginario, después le dice que como ella ya aprendió, tiene que seguir caminando para dejar huellas, y que así, igual que el río eterno, nuevos valles van a ser creados. Con la metáfora de nadar hacia la orilla, H1 parece querer comunicar a su hermana que no tiene que darse por vencida, que no hay que dejar que las memorias del pasado le tomen el control de su vida. En cuanto a las metáforas que tratan de caminar dejando huellas y el río eterno que crea valles nuevos, H1 parece implicar que cuando deje de perderse en el pasado, ella podrá salir fuerte de la situación, a lo mejor podrá inspirar a otros, y habrá dejado lugar para que entren nuevas posibilidades en su vida. El enunciado con carácter de apoyo de H1 es obviamente un acto reforzante a la imagen (ARI) de M1. Un factor que puede tomarse en cuenta es que H1 es hermano de M1, y puede suponerse que hay poca distancia social entre ellos. Por tanto, es probable que H1 quiera apoyar a su hermana.

El interlocutor H1 muestra, además, que hay cercanía y poca distancia social entre él y su hermana M1 porque le escribe en la tercera persona, que se ve en las frases “dele a la orilla”,

“no solo camine dejando huellas” y “como el rio eterno empieze a crear valles nuevos”. Como ya señalé anteriormente en el apartado 4.1.9, en Guatemala es común hablar en tercera persona en relaciones sociales cercanas. Norma Carricaburo explica que “Entre hermanos es común que la hermana trate de usted al hermano mayor y de vos al menor” (1997: 44). En este caso se ve un ejemplo de lo contrario que sostiene Carricaburo. H1, que es el hermano mayor de M1, trata de usted a M1, aunque ella es su hermana menor. Probablemente H1 emplea la forma de hablar en tercera persona como una manera de mostrar cariño. El uso de la tercera persona es también una manera de subrayar la unión de un grupo social<sup>31</sup>, ya que hablar en la tercera persona es algo que ciertos miembros de un grupo particular, sea en un grupo de amigos o en una familia, comparten.

H2 inicia su enunciado dándole apoyo a M1, con la frase “animo M1”. No está claro qué quiere decir con la frase “siempre toca”, pero tal vez implica que piensa que lo que ha descrito M1 es algo normal que a veces le pasa a todo el mundo. Cuando escribe “es la digamos la memoria historica de nuestro ser...”, parece ser que quiere decir que todos los seres humanos tienen una memoria histórica que contribuye a definirlos como personas. El estilo de la frase “es la digamos la (...)” aunque esté escrito parece muy oral, algo que es característico de las interacciones escritas en los “muros” de Facebook. El interlocutor H2 termina el enunciado con el saludo “besitos”, que implica que entre él y M1 existe poca distancia social. El enunciado con carácter de apoyo por parte de H2 se caracteriza por el uso de actos reforzantes a la imagen (ARI) de M1.

El interlocutor H3 es también hermano de M1, algo que se puede ver en el último enunciado de la interacción. Con su enunciado muestra que apoya a su hermana, y al igual que H1, que se supone también es hermano de él, lo hace mediante el uso de metáforas que tratan la acción de nadar. Al usar un tipo de metáfora parecido a la que usó su hermano H1, que también se refiere a la acción de nadar, H3 señala cercanía e identificación como miembro del mismo grupo social constituido por H1 y M1, y muestra que conoce la manera de comunicarse entre ellos. Escribe que si M1 antes no podía nadar, ahora sí que lo puede hacer. Con esto se puede suponer que H3 quiere decirle a su hermana que si antes no sabía qué hacer para salir de una mala rutina, en cambio ahora sí que lo sabe hacer, y que tiene que tener fe en sí misma. Implica que ella ya ha demostrado que sabe cómo actuar en diferentes situaciones aunque haya encontrado a obstáculos, algo que se puede interpretar de la frase “lo has demostrado

---

<sup>31</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

hasta contra corriente”, en el proceso de hacerlo. Después añade la frase “ademas que los tuyos te amamos”, mostrando explícitamente y sin el uso de metáforas que tanto él como “los tuyos”, que pueden ser su familia y sus amigos, la aman y apoyan. El enunciado entero de H3 es un ejemplo del uso de ARI. El hecho de que H3 es hermano de M1 explicaría su deseo de apoyarla mediante el uso de ARI y la elección abierta de mostrar sus sentimientos hacia ella.

La emisora M1 termina la interacción, concluyendo que necesita aceptar la presencia de “los fantasmas del pasado”, que probablemente se refieran a ciertas memorias del pasado. A partir de la construcción “construir sobre lo falso algo seguro” puede interpretarse que seguirá adelante, sin volver a cometer los errores del pasado. Ella admite que “la analogía de nadar” de sus hermanos es el “camino a seguir”, y así apoya y responde la metáfora de sus hermanos con otra metáfora. Los tres hermanos usan metáforas en sus enunciados, y por tanto, el mismo “código” de comunicación, implicando pertenencia al mismo grupo social. M1 termina su enunciado agradeciéndoles a todos los interlocutores por apoyarla, y escribe “gracias a todos abrazos y besos”. De esta manera, ella usa actos reforzantes a la imagen a los otros interlocutores, comunicando que está de acuerdo con ellos, y muestra pertenencia al mismo grupo social que ellos.

#### **4.1.17 Subrayando la unión del grupo con un aparente insulto**

A continuación daré algunos ejemplos de cómo un interlocutor a veces utiliza palabras en sus enunciados que a primera vista parecen insultos, pero a través de los cuales su intención es reforzar a la imagen del destinatario. En muchos casos se trata de terminología que se usa dentro de un grupo de amigos jóvenes y que apela a la identidad grupal<sup>32</sup>. Personas que no forman parte del mismo grupo pueden percibir esos códigos de comunicación del grupo como amenazas a la imagen (AAI) o insultos, mientras que en realidad la intención del emisor es reforzar a la imagen del destinatario. Para emplear dicha terminología, como ya señalé que afirman Silvia Ramírez Gelbes y Andrea Estrada en el apartado 2.6, el emisor necesita tener la confianza o la confianza presupuesta de que el destinatario no lo tome como un insulto. Siempre será, de todas formas, una cuestión de subjetividad en cuanto a cómo un destinatario

---

<sup>32</sup> Véase el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson.



percibe un enunciado, y si lo interpreta como un acto reforzante o amenazante a su imagen. Con las limitaciones que se tiene al comunicarse en el medio electrónico como Facebook, los malentendidos pueden surgir más fácilmente que en la interacción que se hace cara a cara.

Señalaré en la interacción de abajo que uno de los interlocutores usa una palabra que parece un insulto, pero que sin embargo no lo es. El emisor guatemalteco H1 comparte con sus amigos de Facebook que está de viaje en San Francisco en un proyecto de trabajo. Su enunciado entusiasmado es confrontado por H2, que a primera vista parece responderle con un acto que amenaza a su imagen (AAI), pero que más adelante se percibirá como un acto reforzante a su imagen (ARI).

(17) H1: Mucho trabajo aca en san francisco california, pero la ciudad vale la pena es muy bonita, y la comida no me quejo de lo mejor del mundo!!!!

H2: Cabron, y porque no me dijiste nada para verte ido a visitar

H1: vos estas en sn fco o en los angeles???? (Facebook, 26 de abril de 2012)

En el primer enunciado del emisor H1, se advierte un ejemplo típico de qué constituye la imagen social. Puede decirse que el emisor está elaborando su imagen o, metafóricamente, su “máscara” social, de viajero feliz y afortunado, mediante su elección lingüística. Muestra su imagen a todos los oyentes en Facebook, que constituyen las personas que están en su lista de amigos en el mismo medio.

A primera vista, por el enunciado con carácter de reproche “Cabron, y porque no me dijiste nada para verte ido a visitar”, se podría interpretar que el interlocutor H2 está ofendido porque H1 no le ha contactado. Según la Real Academia Española, la palabra “cabrón” se usa para describir al “macho de la cabra”, y, vulgarmente, “(...) del hombre al que su mujer es infiel, y en especial si lo consiente” (Consultado 17 de septiembre de 2012). Se ve que, tradicionalmente, el uso de la palabra cabrón tiene connotaciones negativas. Las dos explicaciones de la RAE podrían contribuir a analizar el empleo de la palabra cabrón por el interlocutor H2 en la interacción, que a primera vista, como ya comenté con anterioridad, tanto parece ser un insulto como un ejemplo de un acto amenazante a la imagen (AAI) del interlocutor. No obstante, si se lee la interacción a la luz de la teoría de Andrea Estrada y Silvia Ramírez Gelbes que señalé el apartado 2.6, aunque tradicionalmente se ha usado la palabra cabrón para insultar, en algunos casos se ve que ciertos vocativos insultantes pierden

su carácter de insulto dependiendo del contexto. Es necesario determinar si se trata del uso de un insultativo en este contexto y por tanto un acto que amenaza la imagen del destinatario (AAI), o si se trata de un llamado vocativo insultivo, que a su vez, y según las mismas autoras, es una estrategia de cortesía. El contexto en este caso es que H1 se encuentra en los Estados Unidos, y al interlocutor H2 le hubiera gustado verlo.

Hay dos elementos en la interacción que hacen creer al lector que se ha usado la palabra *cabrón* como un insultivo, es decir, como una estrategia de cortesía. El primer elemento es, como ya se vio, que H2 tiene deseos de ver a H1, y el segundo es que H1 no parece sentirse insultado cuando H2 le dice “*cabrón*”, sino más bien que lo ignora y le contesta con otra pregunta. Estos dos hechos indican que la palabra “*cabron*” es en este caso un insultivo, término que introducen Andrea Estrada y Silvia Ramírez Gelbes en el apartado 2.6. H2 lo usa contando con que entre él y H1 existe la suficiente confianza como para poder usar la palabra *cabrón* amigablemente. H2 hace así una referencia a la identidad grupal<sup>33</sup>, implicando que pertenecen al mismo grupo social y, que usan entre sí palabras como *cabrón*, con intenciones positivas. En sí misma, la frase de H2 “y porque no me dijiste nada para verte a visitar” tiene un carácter de confrontación. Se puede decir que el uso de la palabra *cabrón* como un insultivo tiene un efecto atenuador del reproche “y porque no me dijiste nada para verte a visitar”.

Con el comentario de H1, “vos estas en sn fco o en los angeles????”, se ve que para el emisor H1, el enunciado de H2 no parece funcionar como un reproche, ni un ataque insultante. H1 simplemente le responde con la pregunta, “vos estas en sn fco o en los angeles????”, llamándole “vos” a H2, un término que se emplea en Guatemala entre amigos y familia cercana, algo que implica que existe cierto conocimiento y cercanía social entre ellos, aunque H1 no parece saber ni dónde vive H2. En cuanto a los modos de empleo del voseo, me respaldo en las palabras de Norma Carricaburo, “El vos se reserva para el trato de confianza y para la expresión del afecto” (1997: 43). A lo mejor son amigos de infancia que ya no están en contacto. En este sentido, debido a la reacción del emisor H1 al enunciado de H2, la imagen de H1 no parece estar dañada por H2.

A la luz de las teorías de Estrada y Ramírez Gelbes, se puede concluir que con el empleo de H2 del vocativo *cabrón*, él no parece tener la intención de ofender a H1, al contrario, se trata de una estrategia de cortesía hacia H1, para demostrar tanto pertenencia al mismo grupo social

---

<sup>33</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

como identidad grupal<sup>34</sup> (in-group) mediante jerga. Incluso a través de una manera que tiene carácter de reproche, el interlocutor H2 muestra que a él le gustaría encontrarse con H1.

Parece querer mostrar en el muro de Facebook, que no es un sitio privado, que tiene un enlace a H1. El enunciado de H2 es, por tanto, un ARI, que es un acto que refuerza la imagen del emisor.

La autora María Soledad Urbina analiza en su artículo “Análisis pragmático de dos expresiones de cortesía del español de Costa Rica y su adquisición por parte de estudiantes de Español como Segunda Lengua” (2006) cómo es percibido el uso de la despedida “Un día de estos veníte a mi casa” de los jóvenes costarriqueños. Si se analiza la presente interacción del guatemalteco que está de viaje en San Francisco a la luz del fenómeno costarriqueño que presenta Urbina, existe una posibilidad de que ninguno de los dos interlocutores tenga la intención de encontrarse, a lo mejor es simplemente una manera de mantener el contacto y eventualmente despedirse. Así, podría ser que el comentario de H2, “Cabron, y porque no me dijiste nada para verte ido a visitar” y el comentario de H1, “vos estas en sn fco o en los angeles????”, tuviera un *objetivo discursivo interaccional*, donde la comunicación de los dos interlocutores se caracteriza por la vertiente social más que por la necesidad de transmitir información (Escandell, 2008: 183). Es decir que la relación social es más importante que la transmisión de información.

#### **4.1.18 Otro insulto que refuerza la imagen**

El ejemplo que se acaba de analizar no es un caso aislado de uso de insultos aparentes como un modo de reforzar a la imagen del otro. Mostraré en la interacción de abajo un ejemplo de un interlocutor que a primera vista le responde con un insulto al enunciado de la emisora, pero que en realidad no lo es.

La emisora chilena M1 inicia la interacción, y parece expresar que está feliz y que tiene suerte, porque está gozando de un plato rico. Elabora, así, su imagen de persona afortunada y contenta. Los “chunchules” que menciona M1, son, según la Real Academia Española, típicos de Chile, y son “Intestinos lavados, cocidos y trenzados que se suelen asar a la parrilla” (Consultado el 24 de octubre de 2012). La emisora escribe “los chunchules esquistos”, y es

---

<sup>34</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

probable que en lugar de “esquistos” quiera decir “exquisitos”. A continuación se verá que el interlocutor H1 parece amenazar a la imagen (AAI) de M1, pero en realidad pone en juego un acto reforzante a la imagen (ARI) de ella.

(18) M1: Mmmm los chunchules esquistos :-)  
H1: te odio  
M1: Lo se muajajajaja (Facebook, 17 de agosto de 2012).

El comentario de H1 “te odio”, que a primera vista parece un acto que amenaza la imagen (AAI) de la emisora M1, es un ejemplo básico que interesa a la pragmática lingüística, dedicada al estudio de los modos en que un enunciado puede aportar significados pragmáticos relacionados al contexto, no necesariamente coincidentes con el significado literal de lo que se ha expresado: Se puede interpretar de la interacción que el interlocutor H1 quiere comunicar lo contrario de lo que expresa literalmente, no quiere expresar que odia a M1, sino que más bien la envidia por poder comer ese plato. Tal vez a H1 le gustaría estar allí con la emisora, o sólo querría comer ese plato, sin compañía específica.

El segundo comentario de M1, “Lo se muajajajaja”, refuerza esta interpretación, ya que ella no parece tomar el comentario de H1 ni como un ataque hacia ella ni como una amenaza a su imagen. Por el contrario, le responde con una risa graciosa que implica, al parecer, que ella entiende la expresión de H1, envidioso por no poder comer chunchules. Cuando la emisora M1 le responde “Lo se” al enunciado de H1, parece responder al mencionado significado pragmático que se supone que haya querido expresar H1, que no se trata de que él la odie, sino que él la envidia. La risa que expresa M1, “muajajajaja”, supone una imitación graciosa de la risa de los villanos en los dibujos animados, con la cual ella apunta a expresarle a H1 que “sé que a ti también te gustaría comer este plato” o algo semejante. Por tanto, se tiene que considerar al enunciado del interlocutor H1 como un acto que refuerza a la imagen (ARI) de la emisora M1, ya que se supone que ella quiere, de una manera positiva, que sus amigos de Facebook la envidien ese plato.

#### 4.1.19      **ARI conteniendo un vocativo que parece un insulto**

Presento en este párrafo otro ejemplo del uso de un vocativo que a primera vista parece un insulto, pero que no lo es. En la interacción de abajo la interlocutora M2 refuerza a la imagen de su hermana M1 haciendo referencia mediante un vocativo a otra persona que no forma parte de la interacción, con una expresión que a primera vista parece un insulto. La emisora guatemalteca M1 manifiesta cómo se siente mediante tan solo una palabra. Ella es apoyada por la interlocutora M2, que refuerza a su imagen (ARI).

(19) M1: cansada!!.....

M2: cansada vengo rendida nunca diría el gordo nuestro padre hehe (Facebook, 10 de septiembre de 2012).

Al escribir “cansada”, y añadiendo dos signos de exclamación y varios puntos, se entiende del enunciado de M1 que ella, por alguna razón, está agotada. Así, sin añadir más información sobre su entorno, elabora la imagen de una persona cansada. A lo mejor su intención es mostrar a los oyentes de su cuenta de Facebook que está tan cansada, y necesita ánimo, apoyo o consuelo.

La interlocutora M2 es hermana de M1. Le responde “cansada vengo rendida nunca” a M1, que, según M2, es una expresión del padre de ellas. Parece ser que ella quiere animar a su hermana mediante esa expresión, implicando que más allá de su cansancio, ella sabe que M1 no se va a rendir, dado que todavía es fuerte y capaz de hacer cualquier cosa. M2 refuerza así la imagen (ARI) de su hermana, animándola y apoyándola. Subraya la unión entre ella y su hermana M1 haciendo referencia a la identidad grupal<sup>35</sup> y, usando una expresión que, se supone, que ambas saben suele utilizar su padre. Es por tanto una forma particular de hablar entre ellas, que las define como miembros del mencionado grupo. La interlocutora M2 se refiere a su padre llamándole “el gordo nuestro padre”. En Guatemala, entre amigos cercanos y entre miembros de una familia, el empleo del vocativo “gordo” no es considerado como un insulto. Al contrario, es una palabra que se usa para expresar cariño, como un vocativo cariñoso.

---

<sup>35</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

Este ejemplo tiene mucho en común con lo que se vio en los ejemplos 17 y 18. Los ejemplos muestran que muchas veces, dentro de grupos sociales donde existe mucha confianza y cercanía social, se puede usar palabras que tienen connotaciones negativas con una buena intención. Así se subraya la identidad grupal mediante una elección lingüística que no se emplearía en relaciones con más distancia. Debido al contexto, el vocativo tiene un cambio de función: de ser un vocablo con connotaciones negativas o un insulto, pasa a ser un apodo cariñoso. M2 termina su enunciado escribiendo “hehe”, que da la impresión al lector de que a ella le da gracia pensar en la expresión animante de su padre, y simultáneamente tiene un efecto positivo al enunciado, así apoya a su hermana de una manera humorística. M2 elabora así su propia imagen de persona positiva y feliz.

#### **4.1.20 El empleo de anglicismos**

Ya que Facebook es un medio que permite la comunicación entre personas de varios países muy distintos entre sí, no es de sorprender que el uso de anglicismos entre los usuarios latinoamericanos sea frecuente.

Mostraré con el ejemplo de abajo cómo la interlocutora M1 refuerza a la imagen del emisor H1 mediante uno de estos anglicismos. El emisor H1 presenta, con su enunciado, un punto de vista simple de cómo piensan las mujeres y los hombres. Es bastante atrevido además, ya que construye en su enunciado, mediante signos gráficos, dos pechos. La interlocutora chilena M1 interviene con un acto que refuerza a su imagen (ARI).

(20) H1: Las mujeres hacen cualquier cosa por despecho y los hombres por los pechos (.) (.) Hehehe :)  
M1: Hahahahahahaha very funny (Facebook, el 13 de junio de 2012)

Se supone que la intención detrás del enunciado de H1 es hacer reír a sus amigos de Facebook, al mismo tiempo que desea provocar a las mujeres. Además, es probable que quiera obtener reacciones de sus amigas de Facebook. Se puede, sin embargo, decir que él atenúa el impacto de su enunciado con la risa “Hehehe”, que pone de manifiesto la broma. El emisor elabora una imagen social de persona chistosa y provocante.

Aunque el otro participante en la interacción sea una mujer, representada por M1, ella responde al comentario de H1 con risas, y en inglés escribe “very funny”. En muchas ocasiones la expresión inglesa “very funny” se usa como un comentario irónico para indicar que una expresión no es divertida. Este es otro ejemplo clásico que sirve la pragmática lingüística. De hecho, en esta interacción la interlocutora M1 no parece sentirse ofendida por el provocativo enunciado de H1. Aunque ella haya escrito “very funny”, empieza el enunciado mostrando que se ríe mucho, porque parece obvio que la expresión “Hahahahahahaha” implica que algo es muy divertido. El enunciado de M1 refuerza, así, a la imagen (ARI) del emisor H1. Ella cuida a la imagen de H1 expresando que piensa que lo que él ha escrito es muy divertido, y así contribuye a que H1 se sienta bien.

#### 4.1.21 Usando anglicismos II

Señalaré en la interacción de abajo otro ejemplo del uso de un anglicismo por parte de uno de los interlocutores, que en este caso lo emplea tanto para apoyar el enunciado de la emisora M1 como para mostrar solidaridad con ella. En el ejemplo, la emisora M1 publica un dicho en su muro de Facebook. Se puede ver en la interacción que los interlocutores H1 y H2 usan actos reforzantes a la imagen de la emisora.

(21) M1: “La inteligencia humana es tan primitiva que se considera una enfermedad infecciosa en otras galaxias” MIB  
H1: Desahogese M1 ita  
H2: Es que a veces uno ve casos en donde se queda uno pensando What the Fuck!!!!!!!!!!!!Saludos Compañera y amiga!!!!!!!! (Facebook, el 24 de mayo de 2012)

Una vez más, visto desde una perspectiva pragmática-lingüística, cuando una persona dice o escribe algo, en la mayoría de los casos se transmite mucho más información a los destinatarios que lo expresado literalmente. En este caso, puede suponerse que la emisora M1 hace una elección lingüística, en la forma de un dicho existente creado por una persona con las iniciales MIB, que refleja una experiencia suya que quiere compartir con sus amigos en Facebook. A lo mejor, alguien que ella conoce, o bien alguna persona que M1 ha visto comentada en las noticias, ha hecho algo malo. Se puede imaginar que como una consecuencia de este “suceso”, la emisora M1 se siente desilusionada. Al escribir el dicho en su “muro” de Facebook, ella elabora una imagen de persona desenchonada con el resto de la

humanidad. También cabe la posibilidad que a M1 el dicho le pareciera gracioso, y por tanto eligiera compartirlo con sus amigos de Facebook. El dicho es bastante negativo en relación al modo en que describe a la inteligencia humana. No obstante, también lo hace con un toque supernatural que puede ser percibido como humorístico. Esto se ve en la frase “se considera una enfermedad infecciosa en otras galaxias”.

El interlocutor H1 le escribe “Desahogese M1ita”, añadiendo un diminutivo al nombre de la emisora. Al usar el diminutivo, expresa que hay poca distancia social entre los dos, ya que dicha forma se usa en la mayoría de los casos para mostrar cariño, por tanto se puede adivinar que H1 es un amigo de M1, o un miembro su familia. Además, H1 se dirige a la emisora M1 escribiéndole en tercera persona, forma que, como se vio en casos anteriores, se usa en Guatemala entre amigos o miembros de una familia. De este modo queda evidenciada cierta cercanía social, con referencia simultánea a la identidad grupal<sup>36</sup>, que en este caso se refiere a un grupo de amigos, colegas o miembros de una familia. H1 emplea la expresión “desahóguese”, que se puede interpretar como una manera humorística de decirle a la emisora que “expresa toda la rabia que tienes y te sentirás mejor” o algo por el estilo. Para concluir, H1 apoya y refuerza a la imagen (ARI) de la emisora M1.

El interlocutor H2 responde al enunciado de la emisora M1 de una manera que implica que él ha interpretado que la emisora se siente desilusionada con respecto a cómo actúan ciertas personas. Además, su enunciado señala que él está de acuerdo con lo que M1 ha expresado, y muestra que ambos tienen experiencias semejantes de cómo pueden ser algunas personas a veces. Al expresar “What the Fuck”, seguido por todos los signos de exclamación, H2 parece decir que el comportamiento de ciertas personas le sorprende, como ya se comentó. La expresión inglesa es un ejemplo de un anglicismo que ha comenzado a emplearse en países de habla no inglesa, con presencia en medios como la radio, en el internet y en la televisión. El enunciado del interlocutor H2 apoya y refuerza así a la imagen (ARI) de la emisora M1. Asimismo, con el saludo “Saludos Compañera y amiga!!!!!!” se subraya otra vez la poca distancia social que existe entre ellos, al hacer referencias a la identidad grupal, siendo ambos integrantes del mismo grupo de compañeros y amigos. Mediante este saludo, se refuerza también el enunciado de H2 como un acto reforzante a la imagen de M1.

---

<sup>36</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.



Como ya mencioné en el inicio del presente capítulo, en las interacciones que he presentado arriba, puedo concluir que tanto mujeres como hombres emplean actos reforzantes a la imagen, con una gran variedad de maneras.

## 5 Interacciones que contienen actos amenazantes a la imagen (AAI)

Aunque la mayoría de los usuarios en las interacciones de Facebook que analizo en este trabajo usan sus enunciados para reforzar a la imagen del otro, existen también ejemplos en los que algunos usuarios amenazan a la imagen del otro. Esto puede suceder si un emisor expresa algo y no recibe la atención positiva esperada, sino respuestas que percibe como negativas, aunque la intención del otro no siempre fuera amenazar la imagen del emisor. Como mencioné anteriormente, el modo en que los mensajes se perciben en Facebook siempre será una cuestión de subjetividad, tanto si los enunciados son percibidos como una ofensa o como un acto reforzante a la imagen. Al igual que los actos reforzantes a la imagen que analicé en el capítulo anterior, los actos amenazantes a la imagen (AAI) también se manifiestan de maneras diferentes, lo cual mostraré a continuación.

### 5.1.1 Alegría por el mal ajeno

Presentaré un ejemplo de cómo se puede amenazar a la imagen (AAI) del otro mostrando alegría al ver su frustración. Esto puede verse en la siguiente interacción, en la forma de alegría por el mal ajeno. La emisora chilena M1 expresa irritación porque tiene problemas con una estufa, y por tanto elabora la imagen de una persona frustrada.

(22) M1: Hmmm la estufa y yo no somos amigos!! Grrrrr.....

H1: jejej por fin me alegro!!

M1: Jajajajaj que simpatico que eres....la estufa y yo no nos entendemos :-( (Facebook, 11 de junio de 2012)

Al escribir que ella y la estufa no son “amigos”, M1 expresa su estado de ánimo irritado. Analizando el empleo del vocablo “amigos” desde la perspectiva pragmática-lingüística, el hecho de judicar carácter humano a una estufa, tratándola de “amigo”, sin que se sepa por qué M1 emplea la forma masculina, implica que ella quiere expresar que la estufa no “colabora”

con ella. A lo mejor el aparato eléctrico no funciona, o quizá ella esté intentando operar una nueva estufa con funciones técnicas que le son desconocidas. En este contexto, su expresión “la estufa y yo no somos amigos” significa, pragmática-lingüísticamente, que ella tenía la intención de cocinar, pero que la estufa le causa problemas.

El interlocutor H1 responde al enunciado frustrado de la emisora con risas, escribiéndole que se alegra, y parece así implicar que él festeja que ella tenga problemas con la estufa. Su enunciado es, por tanto, un acto amenazante a la imagen (AAI) de M1, ya que no contiene ningún elemento apoyador, dado que la frustración de M1 le causa risas y alegría. Es posible, sin embargo, que H1 esté irónico, algo que también se puede deducir de las risas iniciales de su enunciado. Como ya dije, en Facebook existe una dualidad con respecto al contenido de los enunciados. Sin tener conocimiento sobre el contexto, se puede interpretar un enunciado de varias maneras: en este caso, el enunciado puede ser tanto amenazante, como irónico, dependiendo de la información que se tiene sobre el entorno.

M1 le responde a H1 con risas también, escribiéndole “que simpatico que eres”, que es, visto a través de la “óptica” pragmática-lingüística, un ejemplo clásico de cómo el contexto hace que al decir una cosa, la intención del emisor sea comunicar lo contrario del significado literal. En este caso, con “que simpatico que eres”, probablemente M1 quiera comunicar a H1, “tú no eres simpático”. Ella atenúa, así, mediante las risas y el comentario irónico, su manera de responderle al interlocutor H1 que se ha dado cuenta de que él ha amenazado a la imagen de ella. Se puede decir que ella responde este acto amenazante a la imagen (AAI) con un AAI atenuado, usando ironía para decir que ella se da cuenta de que él no le ha respondido de una manera simpática. Ella añade que “la estufa y yo no nos entendemos :-( ”, aplicando a la estufa otra calidad humana, que es la capacidad de entender, y subrayando así el mensaje de su primer enunciado, en donde expresa que se siente frustrada porque el aparato electrónico no funciona.

### **5.1.2 Creando ambigüedad**

Continuaré aquí con el tema de la dualidad de los significados de los enunciados de Facebook. Facebook es, como señalé en más de una oportunidad, un medio electrónico a través del cual

los usuarios se expresan mediante breves enunciados escritos. Al respecto, la intención del emisor no siempre es percibida por el destinatario. Un emisor puede, en algunas ocasiones, llegar a amenazar a la imagen del destinatario, porque el destinatario no puede estar seguro de qué quiere expresar el emisor. El destinatario puede interpretar un enunciado, que a lo mejor fue emitido por alguien que tenía buenas intenciones, de manera negativa, debido a la escasa información sobre la intención del emisor.

La emisora chilena M1 elabora, en la interacción de abajo, una imagen de una persona entusiasmada por los deportes. Se puede interpretar que su intención es, mediante su enunciado, compartir su entusiasmo con sus amigos de Facebook que también vayan a ver el espectáculo, que puede ser un partido de fútbol u otro deporte. Obsérvese en la interacción de abajo un ejemplo de la ambigüedad que se puede encontrar en Facebook, que en este caso puede ser clasificado como un acto amenazante a la imagen (AAI) por parte del interlocutor H1.

(23) M1: VAMOS A GANAR HOY CAMPEÓN!!!  
H1: ? (Facebook, el 29 de abril de 2012)

Parece ser que la emisora M1 está muy emocionada, porque aparentemente va a haber algún evento deportivo en el cual participará un equipo con el cual ella se identifica. Se ve en su frase “vamos a ganar” que, aunque ella probablemente no sea miembro del grupo de deportistas, sí se identifica con el equipo, haciendo de este modo una referencia a la identidad grupal<sup>37</sup>, que es constituida por el equipo, y las personas que lo apoyan. M1 también expresa entusiasmo en su enunciado, mediante el uso de letras capitales y varios puntos de exclamación. El interlocutor H1, que también es chileno, se convierte en destinatario al responder al enunciado de la emisora M1, y lo con un signo de interrogación. Al emplear sólo este signo, su intervención resulta vaga. Suponiendo que la emisora M1 espere tener respuestas entusiastas, la respuesta de H1 no contiene ningún elemento de apoyo, y, en este sentido, no configura un acto reforzante a la imagen (ARI) de M1. Se puede interpretar que su signo de interrogación significa que él no comparte ni su entusiasmo ni su apoyo por el mismo equipo, y entonces su enunciado podría ser clasificado como un acto amenazante

---

<sup>37</sup> Véase el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson.

(AAI) a la imagen de la emisora M1. No obstante, retomando el tema de la dualidad de interpretaciones de los enunciados en Facebook, también existe la posibilidad de que H1 simplemente no sepa a lo que M1 se refiere con su enunciado, y que él la quiera preguntar, mediante tan sólo un signo de interrogación, “¿a qué partido te refieres?”, y entonces no sería ni un ARI, ni un AAI. El empleo de H1 del mismo signo de interrogación es, desde la perspectiva de la pragmática-lingüística, un ejemplo típico de cómo en un enunciado se comunica mucho más que lo que el sentido literal expresa.

Obsérvese que en los dos ejemplos de actos amenazantes que he señalado arriba, ambos usuarios de los mismos actos son hombres.

## 6 Interacciones que contienen tanto actos amenazantes a la imagen (AAI) como actos reforzantes a la imagen (ARI)

Mostraré en este capítulo que existen interacciones en Facebook que contienen tanto interlocutores que usan actos que refuerzan a la imagen del emisor, como interlocutores que usan actos que amenazan a la imagen del mismo emisor. Al igual que en los casos que presenté en los capítulos 4 y 5, también las siguientes interacciones contienen una variedad de modos en que los usuarios expresan los llamados actos reforzantes (ARI) y amenazantes (AAI) entre sí.

### 6.1.1 La amenaza atenuada

Como comenté anteriormente, con la limitación que se tiene al leer una interacción en el “muro” de Facebook las interpretaciones pueden ser muchas, y no siempre se tiene la suficiente información sobre el contexto como para poder entender el contenido. Tal es el caso con el enunciado de la emisora guatemalteca M1 en la interacción que sigue. Al leer la interacción se puede interpretar que ella tuvo un viaje de trabajo que la dejó agotada. Ella expresa que está muy cansada y reflexiona sobre el ser madre. Se ve que la misma emisora elabora una imagen social tanto de trabajadora como de madre y una mujer moderna capaz de hacer todo. Su enunciado en Facebook transmite la información de que ella está feliz, dado que combina los papeles de trabajadora y de madre y, da la impresión de ser exitosa. Se verá a continuación que los interlocutores la responden con un acto reforzante a su imagen (ARI), pero también con una amenaza atenuada a su imagen (AAI).

(24) M1: he viajado muchas veces por mi chance que me encanta!!! que satisfactorio fue y que dicha recibir esos abrazos de agradecimiento de verdad es incomparable!!!! pero rceo que nunca me habia sentido taaaaaaaan cansada!!! pero asi es y cuando pienso voy a descansar un minutito escucho..... mami, mami, mami jajajajajaja!!!!!! Vida a toda MADRE!!!!!!

M2: pero a pesar de ser cansadito el asunto, es innegable que también es saludable y le da sentido a la existencia. Saludos

H1: Es que al fin trabajaste, jajaja (Facebook, 5 de mayo de 2012)

La interlocutora M2 apoya a la emisora mediante un acto reforzante a la imagen (ARI), cuando le escribe que “a pesar de ser cansadito el asunto, es innegable que también es saludable y le da sentido a la existencia. Saludos”. Parece ser que ella se refiere a lo que ha expresado M1 sobre el papel de madre, porque le contesta “también es saludable y le da sentido a la existencia”. Con este comentario se puede interpretar que M2 también es una madre que, a lo mejor por su propia experiencia, elige estas palabras para subrayar la unión de grupo<sup>38</sup> con M1, en la cual ellas comparten la experiencia de ser madre. No se puede saber si la interlocutora M2 entiende lo que la emisora quiere decir con la frase “he viajado muchas veces por mi chance que me encanta!!”, pero de todos modos su comentario tampoco se refiere a la parte en la cual menciona el viaje. Cuando M2 termina el enunciado escribiendo “Saludos”, se refuerza la impresión de que ella está apoyando a la emisora, ya que es un saludo amable y cortés que subraya la buena voluntad de M2.

El interlocutor H1 se dirige a la emisora M1 mediante un acto que amenaza la imagen (AAI) de ella, con el enunciado “Es que al fin trabajaste, jajaja”. H1 podría tener una intención de ser irónico con el comentario, pero eso no se puede saber con sólo leer el enunciado. Su risa “jajaja” al final del enunciado podría implicar que está bromeando con M1. De todos modos, el enunciado de H1 parece querer expresar que la emisora normalmente no trabaja y esto es, como se ha constatado, un acto que amenaza a la imagen (AAI), pero que está atenuado por la risa de H1, “jajaja”. Como ya se ha mencionado antes, la presente interpretación se recuesta en la subjetividad del investigador, por la falta de información sobre el entorno y otros detalles, como cuál es la relación social entre los interlocutores.

Se puede suponer que M1 espera tener comentarios positivos al compartir en su muro de Facebook que ha estado de viaje, y con su acto amenazante a la imagen (AAI), el interlocutor H1 no apoya la imagen social elaborada por M1. Esta interacción es un ejemplo que está en concordancia con los hallazgos que estudió Susan Herring en los foros de internet en inglés en 1994, en donde las mujeres valoran los actos que refuerzan a la imagen del otro, mientras los hombres usan AAI.

---

<sup>38</sup> Ver el apartado 2.4 sobre Brown y Levinson y el “in-group”.

### 6.1.2 Amenaza instantánea, apoyo inesperado

Mostraré un ejemplo en la interacción que sigue de un acto amenazante a la imagen (AAI) que no está, tal y como señalé en la interacción anterior, atenuada. La interacción contiene, además, ejemplos de actos reforzantes a la imagen (ARI) inesperados.

El emisor chileno H1 expresa atrevidamente que el sueño más grande de las mujeres es el de poder comer sin engordar, y no tanto el sueño de encontrar al hombre perfecto. Termina su enunciado escribiendo “Hehehehe”, y pone el emoticono<sup>39</sup> “:D” para subrayar que está riéndose. Las personas hispanohablantes muchas veces expresan risas en español como “jejeje” en internet, y por eso es interesante ver que H1 parece estar influido por la manera inglesa de mostrarlo, sustituyendo la letra j con la letra h. De sus risas se puede interpretar que él está bromeando, dado que atenúa su enunciado, que puede ser interpretado como provocativo por muchas mujeres. Parece ser que H1 elabora una imagen de hombre gracioso, aún a costa de las mujeres, y de un hombre que quiere provocar a las mujeres. Se puede suponer que su intención es recibir reacciones de las mujeres oyentes.

(25) H1: La gente piensa que el sueño de toda mujer es encontrar el hombre perfecto...Pues no... Es comer sin engordar. Hehehehe :D  
M1: H1, eres total =)  
M2: Malo!  
M3: La pura y santa verdad!!! (Facebook, 11 de junio de 2012)

Parece ser que con su respuesta “H1, eres total =)”, la interlocutora M1 quiere decir “qué gracioso eres” al emisor H1, o algo parecido. Su enunciado es por tanto un acto reforzante a la imagen de H1, que ella refuerza mediante un emoticono sonriente, “=)”.

La interlocutora M2 le responde “Malo!” a H1, expresando que lo escrito por H1 no le gusta. Seguramente ella no festeja la provocación: más bien, le responde a H1 de un modo que amenaza su imagen (AAI). Sin tener más detalles sobre el contexto, y regresando al tema de la dualidad que existe en los enunciados de Facebook en cuanto a las posibles interpretaciones, también es posible que M2 fuera irónica con su comentario. Si tal fuera el caso, el enunciado sigue siendo, de todos modos, un acto amenazante a la imagen de H1, ya que el enunciado no contiene ningún elemento positivo hacia el emisor.

---

<sup>39</sup> Ver nota número 10.



La interlocutora M3 parece estar de acuerdo con el emisor, escribiéndole “La pura y santa verdad!!!”. Es interesante, porque mientras el enunciado de H1 es percibido como una provocación para muchas mujeres, la interlocutora M3 aparentemente no se deja provocar, y le responde escribiendo que él tiene razón. Por tanto, el enunciado de ella es un ejemplo de un acto que halaga y refuerza a la imagen (ARI) del otro, que en este caso es el emisor H1. Los actos reforzantes a la imagen por parte de M3 como M1 son inesperados, ya que uno podría esperar que ellas se ofendieran por el enunciado de H1, siendo mujeres. No obstante, ellas eligen apoyar a la imagen de H1.

### 6.1.3 Apoyo inesperado

Tal y como señalé en el ejemplo anterior, en la interacción de abajo puede verse el caso de un acto reforzante a la imagen (ARI) inesperado por parte de la interlocutora M2. Los otros interlocutores usan actos amenazantes a la imagen (AAI) entre sí. El interlocutor chileno H1 advierte en su enunciado que va a repasar su lista de amigos de Facebook y borrar a los que no quiera mantener. Elabora la imagen social de persona poderosa y amenazadora, ya que se supone que a nadie le gusta que alguien le cuente que ya no quiere ser su amigo de Facebook. El enunciado puede ser leído por todos sus amigos de Facebook, que pueden ser cientos de personas. Sin embargo, es posible que la intención del emisor H1 sea transmitir el mensaje a unos ciertos destinatarios que ya no le gustan, pero esto es sólo una suposición de parte mía como investigadora que se basa en la escasa información que se tiene sobre el entorno.

(26) H1 (chileno): limpiando mi lista de amigos de facebook,  
M1 (chilena, esposa de H1): again?  
H1: si tienes gente q no te habla, mejor eliminarlos y ya  
H2: no me borris wn!!!! Jajaja  
M2: Es una buena idea!  
H3: yo siempre te hablo primo, eres tu el que no me contestas..., saludos cuidate mucho  
H1: a ud mi primita no la toco :) (Facebook, 31 de agosto de 2012).

M1 le contesta en inglés “again?” al emisor H1, y si bien no se sabe por qué emplea un anglicismo en lugar de la expresión española “otra vez?”, la expresión podría ser interpretada como una manera de preguntarle si es necesario ser tan estricto de nuevo. Así formulada, parece una crítica, y es por tanto un acto que amenaza a la imagen (AAI) del emisor H1.

H1 le responde a M1 que es mejor eliminar a las personas que no le hablan, es decir, a las personas que no le escriben nada en Facebook. H1 le responde a M1, pero como Facebook es un medio semi-público, su enunciado puede ser leído por todos sus amigos de Facebook. Así, con su elección lingüística, mientras H1 “amenaza” a algunos amigos de Facebook, al mismo tiempo fortalece la imagen de otros amigos en su lista. Por tanto, el enunciado de H2 puede ser interpretado tanto como un acto amenazante a la imagen (AAI), como un acto reforzante a la imagen (ARI).

El interlocutor H2 le pide a H1 que no lo borre de la lista de amigos de Facebook, y termina el enunciado con risas. No se puede saber cuál es la relación social entre ellos, pero se ve en el enunciado de H2 que él es una persona que desea estar en la lista de amigos de Facebook de H1. Su enunciado “no me borris wn!!!! Jajaja” es un ejemplo de un acto que halaga y refuerza la imagen (ARI) del emisor H1, dado que H2 expresa en una manera humorística, con risas, que él no quiere que H1 lo borre de su cuenta de Facebook. Se ve que, al igual que el emisor H1, H2 también es chileno, porque en lugar de decir “no me borres”, escribe “no me borris”, que es una manera típica de hablar de los chilenos. En el libro *Las fórmulas de tratamiento en el español actual* de Norma Carricaburo, en las páginas 32-34 ella explica que el sufijo “-ís” es un ejemplo del voseo chileno en el presente del subjuntivo (1997: 32-34). El empleo de H2 de “wn” parece ser una abreviatura para decir “bueno” o algo parecido. Podría también ser una abreviatura de la palabra “huevoón”, que según la página web [asihablamos.com](http://asihablamos.com) (Consultado el 29 de octubre de 2012) entre otras cosas significa “tonto”<sup>40</sup>.

Con el enunciado “Es una buena idea!”, parece que la interlocutora M2 piensa que el deshacerse de ciertos “malos” amigos de Facebook puede ser un acto positivo, y que puede mejorar la experiencia de H1 como usuario. Es probable que ella se considere a sí misma como una de las que van a quedar en la lista de amigos de H1. Así, ella apoya al emisor, y el enunciado es un acto que refuerza la imagen (ARI) de H1. Muestra, además, que ella no se siente amenazada por el enunciado del emisor H1.

El interlocutor H3, que le hace entender al lector que es el primo del emisor H1, le responde al enunciado de H1 que el que no contesta los mensajes es él. De esa manera amenaza la imagen (AAI) de H1 con un reproche que es muy parecido al enunciado de H1, aunque atenuado con el saludo cariñoso “saludos cuidate mucho”, que muestra que entre ellos existe

---

<sup>40</sup> <http://www.asihablamos.com/word/palabra/huevon>

poca distancia social, cosa que también está clara porque, como ya se vio, H3 le llamó “primo”.

Esta interacción es un ejemplo típico del doble sentido que muchas veces late en los enunciados de Facebook. Cuando el emisor H1, en el último enunciado de la presente interacción, escribe “a ud mi primita no la toco”, por un lado, el lector puede preguntarse si el interlocutor H3 realmente es un hombre, o si es una mujer que tiene un perfil de Facebook en el cual emplea un nombre masculino en lugar del suyo propio. Por otro lado, el enunciado de H1 da la impresión de que a lo mejor H1 bromea con H3, dirigiéndose a él como si fuera una mujer. Puede ser que el interlocutor perciba ese acto de H1 como un acto que amenaza a su imagen y su identidad masculina, ya que lamentablemente existen casos en los cuales algunos hombres temen ser asociados a cualidades femeninas. El último enunciado del fragmento es producido por el emisor H1 que dice “a ud mi primita no la toco”. Como ya señalé en interacciones previas entre guatemaltecos, el uso de la tercera persona es común en relaciones sociales cercanas, pero en este caso es entre chilenos. Norma Carricaburo afirma que en Chile, “Cuando los interlocutores que habitualmente emplean la confianza (tuteo, voseo verbal o voseo auténtico) pasan a situaciones protocolares, como debates, asambleas, mesas redondas, etc., cambian por *usted*” (1997: 36). El trato de usted por parte del emisor H1 hacia H3 quizá se explique por el carácter semi-público de Facebook.

#### 6.1.4 El voseo chileno y los AAI

Señalaré en la interacción que sigue otros ejemplos del uso de voseo chileno, tal como lo hice en la interacción anterior. Se sabe que al menos H1 y M1 son chilenos, y que son casados. En esta comunicación pueden verse ejemplos tanto de actos amenazantes a la imagen (AAI) como de actos que refuerzan a la imagen (ARI).

(27) H1: Prefiero ser loco feliz que normal y amargado.  
M1: Kien te dijo ke eras loco?  
M2: Yo he escuchado eso antes...  
H1: M1, Si en realidad yo creo que la loca es ud mi amor hehehe  
M1: Hahahaha yo??? Nah tu no te hagai el leso!  
M3: yo creo que los dos... compiten....  
H1: Unete a nosotros M3 :) (Facebook, 30 de julio de 2012)

Al escribir que prefiere “ser loco feliz que normal y amargado”, el emisor H1 elabora con su enunciado la imagen de una persona que no quiere ser percibida como convencional. La interlocutora M1 le responde preguntándole quién le ha llamado loco, y se puede interpretar de su enunciado que ella le lo apoya, y así refuerza la imagen (ARI) de H1. Se puede decir que su apoyo es una reacción bastante natural, ya que se sabe que ella es la esposa de H1. M1 parece simplificar la escritura del enunciado empleando la letra k en lugar de “qu” en las palabras “quién” y “que”, y así le da un registro oral al enunciado que, como se ha comentado anteriormente, es un rasgo típico de los enunciados en Facebook.

Con su enunciado “Yo he escuchado eso antes...” parece ser que la interlocutora M2 quiere decir que alguna vez ya había escuchado que alguien llamaba “loco” a H1. El enunciado de M2 es, por tanto, un acto que amenaza a la imagen (AAI) de H1. H1 no contesta al comentario de M2, y así ignora el AAI de M2, pero se dirige a M1, que es su esposa, diciéndole que la loca es ella, que es un acto amenazante a la imagen (AAI) de M1. Sin embargo, H1 atenúa su AAI, llamándole “mi amor” a M1, y además le llama “ud”. Norma Carricaburo afirma que en Chile, “(...) usan el voseo culto los cónyuges en su tratamiento recíproco, que suele alternar a veces con el *usted* de solidaridad” (1997: 36). Por tanto, el uso de “ud” por parte del interlocutor H1 hacia su esposa M1, puede desprenderse del hecho de que están participando en una interacción semi-pública en el “muro” de Facebook. H1 termina su enunciado riéndose, “hehehe”, y es posible que de esa manera quiera comunicarle a M1 que está bromeando con ella, ya que le llama tanto “mi amor” como “usted”. Parece ser, de todos modos, que H1 se está divirtiendo con la situación.

M1 responde al acto amenazante a la imagen (AAI) de H1 con el enunciado “Hahahaha yo??? Nah tu no te hagai el leso!”, que da la impresión de que ella valora el estilo insultante de H1, y le responde con otro acto amenazante a la imagen (AAI) de H1, implícito en la misma frase. Según el enlace <http://diccionario.reverso.net/espanol-ingles/leso> (consultado el 8 de agosto de 2012), la expresión “hacerse el leso” puede significar hacerse el tonto. M1 le escribe “tu no te hagai” en lugar de “tu no te hagas”. En el libro *Las fórmulas de tratamiento en el español actual* de Norma Carricaburo en las páginas 32-34, ella explica que la forma “hagai” es un ejemplo del voseo chileno en el presente del subjuntivo. La misma autora afirma sobre el voseo chileno que “(...) en las terminaciones –ai está totalmente perdida la –s final” (1997: 34). Es una forma que se usa en relaciones cercanas. Como ya se sabía, M1 y H2 están

casados y, por tanto, entre ellos existe poca distancia social, que es una circunstancia que justifica el uso de la forma “hagai”.

La interlocutora M3 entra en la interacción con el enunciado “yo creo que los dos... compiten...”. Se trata de un AAI que amenaza la imagen tanto de tanto H1 como a M1, porque ella está implicando que los dos compiten en locura. Dado que no se tiene muchos detalles sobre el entorno si bien M3 le contesta a H1 con un acto amenazante a la imagen, también es posible que ella esté irónica. El último enunciado de la interacción, en el cual H1 escribe “Unete a nosotros M3 :)”, muestra que él no parece sentirse insultado por los actos amenazantes a su imagen (AAI) ni de M1 ni de M3. Por el contrario, parece ser que se está divirtiendo, respondiéndole a M3 que se una en su “club de locos”.

En conclusión, se ve que la mayoría de las personas que emplean los actos amenazantes a la imagen (AAI) son hombres. Este hecho está en concordancia con el hallazgo que hizo la autora Susan Herring en foros de internet angloparlantes en 1994. En su estudio ella encontró, como ya se vio en el apartado 2.4, que los hombres parecen valorar un estilo agresivo, y que consideran que el uso de AAI en las interacciones estimula la dinámica de las discusiones.

## 7 Conclusión

El objetivo del presente trabajo ha sido analizar cómo los interlocutores de Facebook usan la cortesía. En particular, he investigado cómo el concepto de imagen social se manifiesta en las interacciones en español de Facebook, observando el uso de los AAI y ARI entre los interlocutores, y el modo en que los emisores expresan sus deseos al elaborar sus imágenes sociales a través de sus enunciados.

He realizado un análisis cualitativo y descriptivo de las interacciones seleccionadas de Facebook, y he estructurado la parte del análisis en las siguientes categorías: los actos que refuerzan a la imagen, los actos amenazantes a la imagen, y las interacciones que contienen tanto actos reforzantes como actos amenazantes a la imagen.

Además he investigado si en las interacciones seleccionadas en español de Facebook podía encontrar semejanzas con los hallazgos de la autora Susan Herring, que en un estudio de 1994 de interacciones en foros de discusión anglosajona de internet, concluyó que las mujeres preferían emplear actos reforzantes a la imagen en sus comunicaciones, en tanto que los hombres preferían, en mayor medida, emplear actos amenazantes a la imagen para estimular las discusiones. En los siguientes apartados del presente capítulo presentaré las conclusiones que se basan en los hallazgos descritos en el análisis de los capítulos 4, 5 y 6.

### 7.1 La elaboración de un “sí mismo”

En el capítulo 2.3 presenté la definición de la autora Elena Landone en torno a la noción de imagen social, y ella explica que cada hablante tiene una imagen que no iguala a su identidad, sino que es más bien una representación de la misma. Observo en las interacciones que analizo en este trabajo que los emisores usan Facebook en un modo similar al que explica Landone sobre qué es la mencionada imagen social, creando diversas representaciones de sí mismos. Publican mensajes en Facebook que contienen una elección lingüística específica, con la intención de subrayar la imagen social elegida para darse a conocer.

Puedo concluir, basándome en las interacciones que he estudiado, que el medio Facebook constituye un “escenario” ideal para los interlocutores, dada la manera que pueden elaborar una representación preferida de su imagen y, a la vez, reforzar la de otros mediante sus enunciados. La “naturaleza” del medio electrónico permite también que se puedan ocultar las cualidades personales que los usuarios no desean mostrar. Al reforzar la imagen de otros, los usuarios de Facebook muestran a los demás oyentes a qué grupos sociales pertenecen, y así trabajan la propia imagen deseada. Como señalé en el apartado 3.1, Landone explica que los oyentes pueden potencialmente convertirse en destinatarios si deciden tomar la palabra.

## **7.2 Los ARI predominan en las interacciones**

La mayoría de las interacciones de Facebook que he analizado en este trabajo contienen ejemplos de actos reforzantes a la imagen (ARI). Este resultado probablemente se deba a la “naturaleza” del medio, que permite a cada usuario elegir sus “amistades de Facebook”. Así, el usuario decide quién tiene acceso a su perfil personal, y quién puede publicar mensajes en su “muro”. Se puede suponer, por tanto, que la mayoría de los “amigos de Facebook” tienen buenas intenciones hacia el usuario, ya que el usuario elige a quién quiere tener en su red social personal. Puedo concluir que en las interacciones que he estudiado, muchas personas, al reforzar la imagen de un emisor mediante un enunciado, usan Facebook para mostrar que forman parte de ciertos grupos sociales, mostrando identidad grupal. Trabajan, así, su propia imagen, como miembros de un grupo social que tiene cualidades deseadas que los mismos interlocutores quieren que los demás vean.

En las interacciones que he analizado puedo constatar que, al señalar en Facebook con quién se comunica o a qué grupo pertenece, muchas personas exhiben el estado de sus “cercanías sociales” y confirman sus relaciones amistosas. El hecho de que se expresen delante de todos los demás oyentes, que pueden constituir cientos de personas, refuerza el impacto del contenido de sus enunciados.

En las interacciones que he analizado en este trabajo, he señalado que existen además ejemplos del uso de actos reforzantes a la imagen (ARI), que a primera vista parecen insultos. Los emisores usan vocablos que parecen insultos para subrayar la unión del grupo, con la confianza de que los destinatarios saben que el significado semántico se ha cambiado de negativo a positivo. He mostrado ejemplos de cómo los destinatarios no perciben los

enunciados como actos amenazantes a su imagen (AAI), porque puedo suponer que ellos conocen la terminología del grupo social del cual forman parte.

## **7.3 Los hombres usan más AAI que las mujeres**

También señalo en este trabajo que en las interacciones seleccionadas de Facebook en español, tanto mujeres como hombres emplean actos reforzantes a la imagen. Los hallazgos de Susan Herring sobre cómo interactúan los hombres en foros de internet en inglés sólo tienen una parte mínima en común con los hombres que participan en las interacciones de Facebook en español aquí analizadas. En ellas, la mayoría de los usuarios de actos que amenazan a la imagen (AAI) son hombres. En su estudio, Susan Herring concluyó que en foros de internet angloparlantes, muchos hombres parecían valorar el uso de la agresividad como un elemento estimulador en las discusiones. En el presente estudio de las interacciones en español de Facebook, sin embargo, la “naturaleza” íntima del medio puede explicar que en la mayoría de los casos, tanto hombres como mujeres usan actos reforzantes a la imagen (ARI) cuando interactúan. Así, se entiende que los foros de internet que estudiaba Susan Herring en 1994 eran más impersonales que Facebook, se usaban para discutir diferentes temas y no para mantener relaciones amistosas. Facebook, por el contrario, se caracteriza por ser un medio en el cual, en muchos casos, se cultivan las buenas relaciones sociales. No obstante, puedo concluir que en las interacciones que he estudiado en este trabajo, casi todos los interlocutores que emplean actos amenazantes a la imagen son hombres. Asimismo, puedo constatar que ellos constituyen un pequeño grupo de usuarios que parece valorar el uso de actos amenazantes a la imagen (AAI) como una manera de “estimular” la comunicación. Pero, como ya he mencionado, la mayoría de los interlocutores en las interacciones que he analizado, tanto hombres como mujeres, emplean actos reforzantes a la imagen (ARI). He señalado en este trabajo que en las interacciones de Facebook no solamente las mujeres emplean actos reforzantes a la imagen (ARI) como actos de apoyo y atenuación en sus comunicaciones, sino también los hombres.



## 7.4 La ambigüedad de los enunciados

Puedo concluir que la ambigüedad existente en relación a las interpretaciones de las interacciones en Facebook hace que los interlocutores no siempre perciban los enunciados de los demás del mismo modo en que lo imaginó el emisor. En este sentido, un emisor a veces termina amenazando la imagen del otro, debido al espacio limitado en el cual se interactúa, aun queriendo reforzar la imagen del otro.

Sobre la mencionada ambigüedad de los enunciados en las interacciones que he analizado en el presente trabajo, puedo agregar que mis interpretaciones en torno a las mismas no son las únicas. Debido a la “naturaleza” de la pragmática-lingüística, que toma como base los mencionados factores “extralingüísticos”<sup>41</sup>, los lectores e investigadores basan sus interpretaciones en su propia subjetividad. Al mismo tiempo intentan contemplar la subjetividad y el contexto de los interlocutores implicados, y en este sentido siempre habrá interpretaciones diferentes, que varían de persona a persona.

---

<sup>41</sup> Término de Escandell que presenté en el apartado 1.1 del presente trabajo.

# Bibliografía

- Ashcroft, Bill, Griffiths, Gareth and Tiffin, Helen ([2000] 2007): *Post-Colonial Studies. The Key Concepts*. 2<sup>nd</sup> edition. Routledge, New York.
- Blancafort, Helena Calsamiglia y Valls, Amparo Tusón 2007 [1999]. *Las cosas del decir. Manual del análisis del discurso*. Prefacio de Teun A. van Dijk. Ariel Lingüística. Segunda edición actualizada. Barcelona.
- Bravo, Diana (editora) 2005: *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Editorial Dunken. Estocolmo - Buenos Aires.
- Bravo, Diana y Briz, Antonio (eds.) 2004: *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Ariel Lingüística, Barcelona.
- Brown, Penelope y Stephen C. Levinson ([1978] 1987): *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge University Press. Cambridge, UK.
- Carricaburo, Norma 1997: *Las fórmulas de tratamiento en el español actual*. Arco Libros, S. L., Madrid.
- Diccionario en línea – Reverso 2012: Búsqueda de *leso* en [diccionario.reverso.net](http://diccionario.reverso.net), consultado el 8 de agosto de 2012.
- DRAE 2012. *Diccionario de la Real Academia Española*. Búsqueda de *perder cara* en el diccionario electrónico en [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de acceso: 07.05.2012
- DRAE 2012. *Diccionario de la Real Academia Española*. Búsqueda de *chunchules* en el diccionario electrónico en [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de acceso: 24.10.2012
- DRAE 2012. *Diccionario de la Real Academia Española*. Búsqueda de *cuate* en el diccionario electrónico en [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de acceso: 24.10.2012
- DRAE 2012. *Diccionario de la Real Academia Española*. Búsqueda de *emotición* en el diccionario electrónico en [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de acceso: 27.09.2012

DRAE 2012. *Diccionario de la Real Academia Española*. Búsqueda de *vocativo* en el diccionario electrónico en [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de acceso: 14.10.2012

*El Diccionario Latinoamericano 2012*: Búsqueda de *chilero* en el diccionario electrónico [asihablamos.com](http://asihablamos.com). Fecha de acceso: 27.09.2012

*El Diccionario Latinoamericano 2012*: Búsqueda de *chiris* en el diccionario electrónico [asihablamos.com](http://asihablamos.com). Fecha de acceso: 27.09.2012

*El Diccionario Latinoamericano 2012*: Búsqueda de *huevón* en el diccionario electrónico [asihablamos.com](http://asihablamos.com). Fecha de acceso: 29.10.2012

*El Diccionario Latinoamericano 2012*: Búsqueda de *mara* en el diccionario electrónico [asihablamos.com](http://asihablamos.com). Fecha de acceso: 24.09.2012

Escandell, M. Victoria: *Introducción a la pragmática* 2008 (1996). Editorial Ariel, S. A., Barcelona.

*Facebook 2012*: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Goffman, Erving 2005 [1967]. *Interaction Ritual. Essays in face-to-face behavior*. With a new introduction by Joel Best. Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey.

Herring, Susan 1994. Gender differences in computer-mediated communication: Bringing familiar baggage to the new frontier. Arlington, TX. Publicación electrónica en: <http://mith.umd.edu/WomensStudies/Computing/Articles+ResearchPapers/gender-differences-communication> Consultado 28.05.2012.

Landone, Elena 2009. *Los marcadores del discurso y cortesía verbal en español*. Peter Lang. Bern, Berlin, Bruxelles.

Leech, Geoffrey N. 1980. *Explorations in Semantics and Pragmatics*. Amsterdam / John Benjamins B.V.

Reyes, Graciela 2009 (1995). *El abecé de la pragmática*. Arco Libros, S. L., 2009. Madrid.

# Apéndice

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagre gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Cecilia Alvstad  
Institutt for litteratur, områdestudier og europeiske språk  
Universitetet i Oslo  
Postboks 1003 Blindern  
0315 OSLO

Vår dato: 02.05.2012

Vår ref:29830 / 3 / MSI

Deres dato:

Deres ref:

## TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 14.02.2012. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 30.04.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

29830  
Behandlingsansvarlig  
Daglig ansvarlig  
Student

*Brake av høflighet og bevaring av "ansiktet" i konversasjoner på Facebook*  
Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder  
Cecilia Alvstad  
Siv Audhild Hagland

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

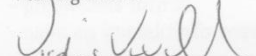
Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

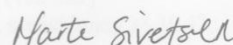
Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, [http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk\\_stud/skjema.html](http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html). Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 31.10.2013, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

  
Vigdis Namtvedt Kvalheim

  
Marte Sivertsen

Kontaktperson: Marte Sivertsen tlf: 55 58 33 48  
Vedlegg: Prosjektvurdering  
Kopi: Siv Audhild Hagland, Nedre Skøyenvei 18B, 0276 OSLO

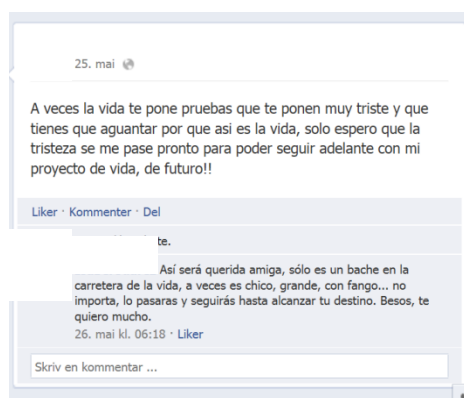
## El corpus

Véase abajo las interacciones de Facebook que he analizado en este trabajo. Todas las fotos y los nombres de los interlocutores han sido borrados y están ahora en blanco, con la excepción de mi propia foto de Facebook que aparece porque el acceso es a través de mi propia cuenta.

(1) El 26 de marzo de 2012:



(2)



(3)



(4)



(5) El 18 de julio de 2012



(6)



(7) El 27 de julio de 2012



(8)



(9)



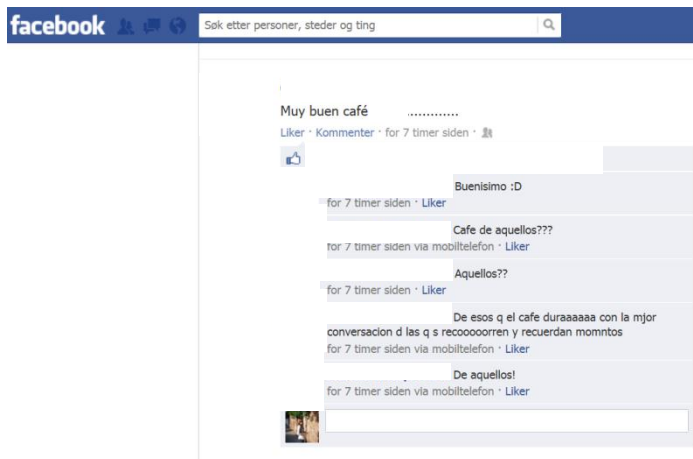
(10)



(11)



(12)



(13)





(14)

Fecha de publicación: 21.06.2012:

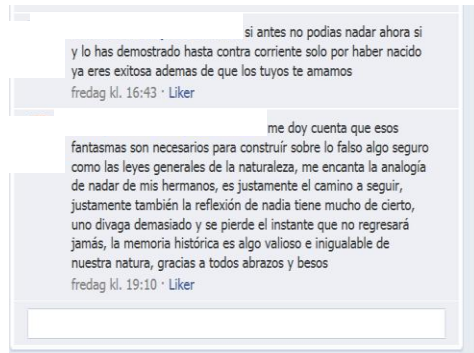


(15)



(16)





(17)



(18)

Fecha de publicación: 10.08.2012



(20)



(21)



(22)



(23)

Fecha de publicación: 29.04.2012



(24)



(25)



(26)

Fecha de publicación: 31.08.2012



(27)

